

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA



TEMA:

“DIFUSIÓN DEL TURISMO INTANGIBLE DEL PUEBLO OTAVALO CON UN SOPORTE MULTIMEDIA DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2014.”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciada en la Especialidad de Diseño Grafico

Autor: Valle Buitrón Jenifer Vanessa

Director: MSc. David Ortiz

Ibarra 2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director de la tesis del siguiente tema “DIFUSIÓN DEL TURISMO INTANGIBLE DEL PUEBLO OTAVALO CON UN SOPORTE MULTIMEDIA DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2014.”. Trabajo realizado por la señorita egresada: VALLE BUITRÓN JENIFER VANESSA, previo a la obtención del título de Licenciada en la especialidad Diseño Gráfico.

A ser testigo presencial, y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.



MSc. David Ortiz
DIRECTOR

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a personas muy especiales, que siempre han estado a mi lado apoyándome y dando lo mejor de si para que siga progresando personal y profesionalmente.

A **Ruth**, mi madre que con sus consejos y amor incondicional me fomento a culminar la etapa universitaria, además me brindó su apoyo y supo darme fuerzas para seguir adelante, ella mi ídola, mi maestra, mi ejemplo de vida entre otras cosas la mujer más increíble y valiente que he conocido.

A mis hermanos **Lis y Bryan**, por ese apoyo y además por estar ahí cuando más los necesito.

A mi querida sobrina **Zoe Nicole** el tesoro más grande de mi familia, este logro también te pertenece.

A mi novio **Marco** compañero inseparable de tantas aventuras quien me apoyo y alentó para continuar, cuando parecía que me iba a rendir.

A mis **maestros** que sin importar las adversidades que se presentaban depositaron su esperanza en mí.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes les debo por su apoyo incondicional.

“Con todo mi amor, Los adoro”

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte y sus docentes por brindarme la sabiduría para defenderme en el campo laboral.

A mi tutor MSc. David Ortiz por la paciencia que ha tenido durante la creación de la presente Tesis.

A mis profesores, compañeros y amigos que me enseñaron el verdadero sentido del trabajo en equipo.

A mis padres, hermanos y sobrina que han sido mis mejores amigos y confidentes ya que con sus consejos me llevaron a tomar el camino del bien.

ÍNDICE GENERAL

TEMA:	i
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN.....	x
CAPÍTULO I	1
I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Formulación del problema.	4
1.4. Delimitación del problema.	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1 Objetivo general	4
1.5.2. Objetivos específicos.....	4
1.6. Justificación	5
CAPÍTULO II.....	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Introducción:	7
2.2. Conceptualización	7
2.2.1 Turismo.....	7
2.2.2. Difusión.....	9
2.2.3. Multimedia	10
2.2.4. Intangibilidad	10
2.3. Fundamentación Cultural	11
2.3.1. Turismo Cultural Intangible de Pueblo Otavalo	14
2.2.2 Fiestas Tradicionales.....	14
2.4. Fundamentación de la comunicación.	20
2.5 Fundamentación legal	22

2.6. Fundamentación Científica	23
2.6.1. Multimedia	23
2.6.2. Retículas	24
2.6.3. Packaging	25
2.6.4. Infografías	25
2.6.5. Marketing	26
2.7. Posicionamiento Teórico Personal	26
2.8 GLOSARIO	28
2.9. Subproblemas e Interrogantes	30
CAPÍTULO III	32
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.1.- Tipo de Investigación	32
3.1.1.- De campo	32
3.1.2. Bibliográfico	32
3.1.3. Proyecto factible.	33
3.1.4. Práctico	33
3.1.5 Transversal	33
3.2.- Métodos	33
3.2.1. Método inductivo	33
3.2.2.-Observación científica	34
3.2.3.-La recolección de información	34
3.2.4 Método Estadístico.	34
3.3. Técnicas e instrumentos	34
3.3.1 Encuestas	35
3.3.2 Entrevistas	35
3.4. Población	35
3.5 Muestra.	35
3.5.1 Desarrollo de la formula	36
CAPÍTULO IV	38
4.- Análisis e interpretación de resultados	38
4.1. Discusión de Resultados	49

CAPÍTULO V	52
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
5.1 Conclusiones	52
5.2. Recomendaciones	54
CAPÍTULO VI	55
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	55
6.1. Título de la propuesta	55
6.2 Justificación	55
6.3.-Objetivo General	56
6.4.-Ubicación sectorial y Física	56
6.5. Recomendaciones Metodológicas	56
6.6 Plan de Marketing	57
6.6.1 Situación del mercado.	57
6.6.2 Situación del Producto	57
6.6.3. Análisis de distribución	58
6.6.4. Mercados objetivos	59
6.6.6. Análisis FODA	60
6.6.7. Definición de la estrategia.	61
6.7. Fundamentación	71
6.7.1 Adobe Flash	71
6.7.2 Adobe Illustrator	72
6.7.3.- Adobe Photoshop	73
6.8.-Desarrollo de la propuesta	74
6.9. Impactos	91
6.9.1 IMPACTO SOCIOCULTURAL	91
6.9.2. IMPACTO ECONÓMICO	91
6.10. Difusión	91
Bibliografía	93
Anexos	95

RESUMEN

Propongo a través de este proyecto de investigación la creación de un soporte multimedia que se encargue de difundir y rescatar la cultura intangible de la ciudad Otavalo, además de consolidar la imagen turística de Otavalo, como un destino turístico nacional e internacional. Este proyecto está dirigido hacia los moradores y turistas que visitan la zona antes mencionada. El marco teórico abarca temas muy importantes acerca de fundamentos de la cultura de Otavalo, diseño y diagramación de un soporte, multimedia, cultura intangible, entre otros. La metodología de la investigación es de campo, bibliográfico, además fueron necesarios los métodos matemáticos y estadísticos ya que mediante estos rebotaron los resultados de las encuestas. Los sujetos que hicieron posible la investigación fueron los turistas que visitan la zona y los mismos pobladores.

Mediante los resultados que se obtuvieron en las encuestas realizadas se pudo comprobar que el problema principal es la carencia de promoción cultural y turística, actualmente, existe una insuficiente información respecto a la cultura intangible, que ofrece esta ciudad, por lo cual estimo que el presente proyecto es factible y sostenible. Los intereses turísticos y culturales, son numerosos, y depende mucho de las necesidades a satisfacer, por lo tanto el objetivo principal es ofrecer una suficiente asesoría, sobre la cultura y turismo en nuestra ciudad, para así lograr una renovación , turística y cultural, misma que posibilitara explotar, todos los recursos y beneficios que nuestra ciudad puede ofrecer. Logrando así que la ciudad de Otavalo se convierta en un ícono de calidad, transformándose en un destino cultural y turístico.

ABSTRACT

I propose through this research project, the creation of a media that is responsible for disseminating and rescuing the intangible culture of the people Otavalo addition to consolidating the tourist image of Otavalo, as a national and international tourist destination. This project is directed towards the inhabitants and tourists visiting the aforementioned area. The theoretical framework includes important basics about the culture of Otavalo, design of a support multimedia, intangible culture, among others. The research methodology is bibliographical ,field, also it was methods necessary mathematical and statistical since those result was rebounded by the survey . The subjects that made possible the investigation were tourists visiting the area and villagers themselves.

Using the results obtained in the surveys it was found that the main problem is the lack of cultural and tourism promotion, currently, there is insufficient information regarding the intangible culture that offers this city, for this reason ,consider that the present project is feasible and sustainable. Tourist and cultural interests are numerous, and much depends on the needs to be met, so the main goal is to offer sufficient advice on the culture and tourism in our city, in order to achieve a renewal, touristic and culture, same that enabled exploit all resources and benefits that our city can offer. Thus achieving that the city of Otavalo become an icon of quality, and this city becoming a cultural and tourist destination.

INTRODUCCIÓN

Conocer y rescatar la cultura intangible de nuestro Ecuador, en especial de la ciudad de Otavalo, es de gran importancia para los pobladores del mismo, y los turistas que nos visitan.

Las autoridades que están a cargo del turismo, deberían preocuparse por promocionar más nuestros atractivos turísticos, y revalorizar la cultura de nuestros pueblos.

Es así que la ciudad de Otavalo ubicada en la provincia de Imbabura cuenta con un sin número de atractivos turísticos y de una riqueza cultural que debe ser conocida y difundida tanto a los turistas nacionales como extranjeros.

Es por ello que contempló la necesidad de crear un soporte multimedia que informe a los pobladores y a los turistas que nos visitan, todo lo relacionado con la cultura y los rincones turísticos que el pueblo Otavalo posee.

La importancia de este producto es que sea de un amplio y fácil acceso a toda la población ya que fue digital, de esta manera ninguna persona estará excluida del objetivo principal que es el de rescatar la cultura intangible.

La creación de un producto novedoso hizo mas simple la tarea de difundir la información e importancia cultural y de esta manera se generó mayor conciencia de preservar costumbres que se han perdido con el paso de los años y el avance tecnológico que ha servido de distracción a las personas ya que han dejado de lado lo tradicional y priorizar la moda tecnológica.

Para nadie es ajeno que el avance tecnológico ha llegado a nosotros con tal impacto que nos presentan un sinnúmero de modelos a escoger y es de fácil acceso, es por esta razón que intentar competir dichos aparatos tecnológicos es una tarea casi imposible, razón por la cual el presente proyecto a usado esa arma tan poderosa como es el soporte multimedia , de esta manera se espera el mejor resultado y la aceptación del público al que está dirigido.

Como lo mencionado anteriormente, el presente proyecto se centró en el estudio de la pérdida de la cultura intangible y buscó una solución alternativa para que surja nuevamente, para ello se abordó desde una perspectiva social ya que son las personas los principales afectados, pues es vergonzoso admitir que los propios residentes de las zonas que son objeto de este estudio no conocen varios aspectos de su cultura ancestral.

De esta manera se tomó los testimonios de las personas mas ancianas que residen en las zonas, además, la información que proporcionó la cámara de turismo de Otavalo y el Instituto de Antropología hicieron que la información que se pretende transmitir sea veraz y auténtica.

Finalmente se usó la información de las encuestas que fueron dirigidas a los turistas tanto nacionales como extranjeros para evaluar el nivel de conocimiento acerca del tema planteado de esta manera el contenido del producto que fue fruto de esta investigación será interesante y mantendrá entretenido al usuario.

CAPÍTULO I

I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

Otavalo es una ciudad que se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura. Declarada como “Capital intercultural de Ecuador” por ser una ciudad con enormes potenciales turísticos, poseedor de un encanto paisajístico, riqueza cultural, historia y desarrollo comercial. Además de poseer la gente más amable del país.

Dicho lema se lo ha ganado con el transcurso de los años ya que la amabilidad ha sido transmitida por sus habitantes por innumerables generaciones y se lo ha demostrado mediante su trato con los turistas ya que además de ser una ciudad hermosa tiene habitantes con habilidades increíbles y su arte es comercializada demostrando al país y al mundo entero que es una ciudad única con artistas que vale la pena visitar.

Por otra parte, el Turismo cultural intangible es la parte invisible y espiritual de la misma cultura, es decir, su tradición oral, saberes, técnicas, memoria de sus antepasados, su comida, entre otros, generalizando se podría decir que es el conjunto de elementos, distintivos espirituales e inmateriales.

Toda la variedad de cualidades mencionadas se encuentran situadas en una misma ciudad, como es Otavalo y ahí radica la importancia de preservar y divulgar a los todos sus visitantes lo valioso de una cultura llena de sabiduría e historia.

El censo del 2 de abril de 1582 da como resultado una población de 3100 indios entre viejos y casados, 2360 indios tributarios y 6 frailes, los cuales se encargaron de difundir de cierta manera el turismo cultural intangible.

Desde muchos siglos las personas se han preocupado por dar a conocer la cultura, pero desde que el impacto tecnológico ha llegado a nuestras manos con fácil acceso se ha vuelto una tarea muy difícil ya que se distrae la atención del espectador y se pierde el interés cultural.

La población de Otavalo fue diezmada primero por la invasión incásica, después por la conquista española que trajo consigo enfermedades entre ellos la viruela y el tabardete a más de forzar a los indios a trabajar que fue una causa de muerte de la mayoría de ellos.

En la actualidad la cultura ecuatoriana es la que está siendo invadida por la llegada de otras extranjeras por eso es necesario crear una actitud de conciencia y de amor por nuestras raíces, la mejor manera de hacer esto es transmitiendo primero lo nuestro y potenciando nuestras .

Otavalo como la quinta ciudad que más contribuía a la Real Audiencia de Quito. (Deler, Gomez, & Portais, 1983)

1.2. Planteamiento del problema

La despreocupación de las autoridades competentes en el tema de revalorizar el turismo cultural intangible existente en la ciudad de Otavalo de la provincia de Imbabura ha hecho que los habitantes de la zona y los turistas en general presenten un gran desconocimiento de dicho turismo, se suma a esto la escasa difusión e información de esta.

No está por demás mencionar que los habitantes de Otavalo también han perdido interés por la práctica del turismo anteriormente mencionado ya que, las culturas extranjeras han tenido un gran impacto en la ciudad de Otavalo y han logrado posicionarse en la misma.

A pesar de que en nuestro país existe gran variedad de cultura y saberes tradicionales por aprender, la mayoría de sus pobladores han mostrado cierto interés de visitar lugares extranjeros y practicar sus tradiciones e incluso enseñar está a sus hijos y demás allegados, dejando abandonada la práctica tradicional otavaleña.

La falta de alternativas de promoción y de difusión acerca del turismo cultural intangible de la ciudad de Otavalo está orillando y de cierta manera obligando a sus habitantes a olvidar que esta cultura es de suma importancia en la historia de su ciudad.

Con el fin de analizar este problema y de plantear alternativas de solución

se sugiere implementar un medio que se encargue de revalorizar y de rescatar el turismo cultural intangible y de la misma manera, llamar la atención de los habitantes y de los turistas en general, además de lograr captar el interés de la gente por practicar estos saberes.

Vale la pena recalcar que nadie esta ajeno a esta problemática y es deber de todos sus pobladores ayudar a que estas prácticas tradicionales no desaparezcan y para lograr esto es necesario llegar a la mayor cantidad de personas posibles.

1.3. Formulación del problema. Del análisis anteriormente mencionado se ha deducido que el punto más relevante es: ¿Qué medios de difusión e información existen acerca del turismo cultural intangible para los turistas nacionales y extranjeros?

1.4. Delimitación del problema. Difusión del turismo cultural intangible de la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura durante el segundo semestre del 2014.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Identificar el nivel de difusión del turismo cultural intangible de la ciudad de Otavalo y propuesta alternativa.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Recopilar información acerca de los medios del turismo intangible de la ciudad Otavalo.
2. Proponer un marco conceptual sobre el turismo cultural intangible del pueblo Otavalo.
3. Desarrollar una propuesta para la difusión del Turismo Cultural Intangible en la ciudad de Otavalo

1.6. Justificación

A lo largo del tiempo se ha ido perdiendo el interés por visitar los lugares turísticos de Ecuador y practicar o adoptar la cultura intangible que proporcionan dichos lugares. Podemos recalcar que lograr la revalorización de estos no a sido ni será tarea fácil ya que hay que tener en cuenta que hoy en la actualidad la gente se ha vuelto muy sedentaria y prefiere estar en casa viendo una película, frente a un computador o simplemente en su teléfono celular. La tecnología a marcado un punto en contra en lo que se refiere a la cultura de nuestros pueblos. Ya que poco a poco han ido perdiendo el interés por practicar el turismo cultural intangible, además nadie se ha preocupado de implementar o realizar una buena información y difusión de dichos lugares que son de suma importancia para la historia de los pueblos y para la preservación de la cultura.

Es aquí en donde se debe usar un arma tan poderosa que actualmente es el centro de atención de todo tipo de usuario como es la tecnología y usarla a favor, ya que sería una tarea casi imposible competir contra ella.

Se tomará en cuenta los diferentes problemas que se producen en el turismo siendo el principal, el desconocimiento de la cultura intangible y se ha visto en la necesidad de buscar las posibles soluciones que permitirán mejorar su divulgación.

Es así que se ha evidenciado en la ciudad de Otavalo las deficiencias en el conocimiento de la cultura y de los lugares turísticos ocasionando problemas como la pérdida de identidad cultural.

Para poder revalorizar el turismo cultural intangible, es necesario que la población otavaleña conozca la problemática mediante un medio creativo e innovador a la vista de toda la población a quien está dirigida, además que sea de fácil adquisición.

Los principales beneficiarios serán turistas tanto nacionales como extranjeros ya que se les brindará nuevas alternativas de información, además se logrará preservar el turismo y fortalecer la cultura.

De esta manera también se logrará la atracción de turistas tanto nacionales como extranjeros ya que se podrá notar fácilmente que en el pueblo otavaleño existe una gran variedad de información llamativa para los turistas.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción:

En el marco teórico se destacarán términos y conceptos que serán de gran ayuda para el problema de investigación como dichos conceptos tendrán cierta relación con el tema de investigación y de esta manera se logrará visibilizar la alienación de una cultura extranjera en el Ecuador, mismo que ha hecho desaparecer de cierta manera a la cultura y con ella su intangibilidad.

2.2. Conceptualización

2.2.1 Turismo. “El desarrollo del turismo y de la industria del ocio ha experimentado en los últimos años un proceso dinámico de evolución, tanto a nivel mundial como en nuestro país”. (Pelaez & Vega, 1996, pág. 9)

Mediante las palabras de este autor se percibe claramente que el turismo es una manera en la que una persona despeja su mente y se distrae, es por esta razón que mediante el mismo se podrá llegar a una correcta difusión de la cultura intangible en el Ecuador. Es necesario aprovechar este avance en el desarrollo turístico para evidenciar la importancia de la cultura para el desarrollo de la población y preservar el nombre de la ciudad Otavalo como referente cultural en los diferentes lugares del mundo, uno de los objetivos del presente proyecto de investigación será que la cultura ecuatoriana sea conocida y retransmitida a

las diferentes personas que piensan en visitar un lugar nuevo, de esta forma se logrará una promoción indirecta generando potenciales turistas interesados en el amplio contenido ancestral que posee la ciudad Otavalo.

El producto que se ofrece al final de este documento es el que se encargará de despertar el interés en la gente por aprender y practicar los conocimientos ancestrales.

Traslado temporal de personas por diversos motivos (cultura, placer, comercio etc. que no fueran a laborar o a fijar su residencia en el destino (inmigrantes) pues el carácter mismo del turismo es viajar con regreso (vuelta) al lugar de origen, es decir implica un ir y venir (Castro, 2006, pág. 8).

Las palabras que brinda este autor son de vital importancia ya que mediante estas se puede tener claro el concepto de turismo y se logrará crear una mentalidad de conciencia para que las personas emigrantes lleven un mensaje cultural que sirva de difusor para que los demás países conozcan acerca de la cultura ecuatoriana en especial la otavaleña y de esta manera salgan a la luz las actividades intangibles como: gastronomía idioma nativo, danza entre otros. Lo ideal será que un soporte multimedia sea transmitido en la red para despertar el interés de quienes piensan en realizar un viaje de placer, con esto se logrará que ningún turista se pierda de la variedad cultural que le ofrece dicha ciudad.

2.2.2. Difusión

“Es la capacidad que los medios de comunicación tienen para acercar los contenidos a los consumidores sociales.” (Prado, VictorR, Rodriguez, & Valle, 2006, pág. 108).

Dato fundamental para el problema de investigación, ya que, mediante este se conoce el verdadero significado de difusión y de esta manera se logrará establecer una estrategia de vital importancia al momento de crear un medio que sirva de informador acerca de la cultura intangible del pueblo Otavalo, cumpliendo de esta manera el objetivo de este documento, teniendo claro el verdadero significado de difusión, se facilitará la implementación de una estrategia que cumpla con la ambición del presente documento que es visibilizar la importancia de la cultura intangible del pueblo Otavalo, además se logrará persuadir al público para que practiquen las diferentes tradiciones ancestrales y de esta manera se continúe transmitiendo dicha información a mas generaciones para preservar el contenido cultural de Ecuador en especial de Otavalo.

“Es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín diffusio, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.” (Wordpress, 2008)

Mediante este dato sale a la luz información que no podría faltar en este documento ya que es necesario conocer el origen de este término que va acompañar a lo largo de la creación de este proyecto , al mismo tiempo vale la pena recalcar que con la correcta utilización de este término se propagará con mayor efectividad el problema de investigación que es, la falta de difusión del turismo cultural intangible, además la meta del presente documento es llegar a la mayor cantidad de gente posible, el contenido y

sabiduría ancestral para que de cierta forma se fomente el turismo y la práctica de los conocimientos transmitidos por los antepasados, esto será mediante una correcta y veraz información.

2.2.3. Multimedia

“Multimedia es un término que hace referencia a cualquier tipo de presentación de la información a través de sonidos, imágenes, animaciones, videos e interactividad”. (Millahual, 2013, pág. 220) .

A través de este extracto se conoce la importancia que tiene la multimedia y sus elementos para llegar a una correcta difusión masiva ya que es considerado como un medio interactivo capaz de atraer la atención del usuario y de esta manera llegará a una mayor cantidad de target logrando cumplir con el objetivo de este documento y difundir el turismo cultural intangible a la mayor cantidad de personas durante un tiempo prolongado, este medio ayudará para preservar la información de la cultura ancestral, ya que es mucho mas probable que la multimedia sea trasmitida a todas las personas y tarde o temprano sea de gran utilidad, dicho producto se generará como un medio novedoso para la atracción al usuario.

2.2.4. Intangibilidad

“El patrimonio intangible consiste en un tipo de cultura que no se puede tocar, solo se puede disfrutar de su experiencia y contemplación” (curiel, 2008, pág. 229).

Mediante esta cita se conoce el significado de la cultura intangible, esto es de suma importancia, pues, este término se lo utilizará a lo largo de la

investigación, al conocer este significado se podrá tener una correcta utilización del mismo. Cabe recalcar que con ello la propuesta que se ofrecerá al final del presente documento no recaerá en errores y contendrá información específicamente a lo intangible, dentro de la intangibilidad cultural de Otavalo podemos encontrar la gastronomía, el idioma, sus tradiciones entre otros, se puede decir que están muy ligadas a los saberes ancestrales ya que es un tipo de cultura que se lo puede disfrutar ya sea mirando o saboreando. Es un deleite que gran parte de la población se está perdiendo por falta de información y difusión tanto por parte de las autoridades como de sus propios habitantes ya que se está a- culturalizando por otras extranjeras, además del avance tecnológico que ha logrado mantener ocupada la mente en mantener al día con sus actualizaciones novedosas, para finalizar con este extracto se puede decir que la funcionalidad del producto que ofrece el presente documento es bastante alta ya que estará correctamente utilizada la tecnología que tenemos a nuestro alcance.

2.3. Fundamentación Cultural

“Como fácilmente puede imaginarse el patrimonio inmaterial está formado por la parte no física de las tradiciones de los pueblos: expresiones culturales como los idiomas, la música, ceremonias, ritos, fiestas, maneras de hacer, actitudes de socialización, tradiciones orales, y un largo etcétera.

Por lo tanto no son los vestidos tradicionales, sino la forma de hacerlos, y la manera de ponérselos... (Junto con ellos).

No son las cerámicas populares, si no el proceso técnico que da lugar a ellas...(junto con ellas)”.(Querol, 2010, pág. 247).

Valiosa información que se percibe en el extracto anterior ya que muestra con claridad el verdadero significado de la cultura intangible de los pueblos. Como simplemente es de figurarse el patrimonio inmaterial esta constituido por la parte intangible de las tradiciones de los pueblos: memorias culturales

idiomas, música, ceremonias, ritos, fiestas, maneras de hacer, formas de socialización, tradiciones, Con esto podemos deducir que la cultura intangible no es algo material sino la manera de cómo se creo , y el significado que tiene eso para la humanidad. Este extracto nos sirve para no caer en errores en el transcurso de la creación de un producto multimedia además servirá para que la información brindada a los turistas sea más clara ya que el tema podría mostrarse un poco confuso.

“El antropólogo italiano Vinigi L. Grotanelli afirma que “la cultura es toda la actividad consciente y deliberada del hombre como ser racional y como miembro de una sociedad, y el conjunto de las manifestaciones concretas que derivan de aquella actividad” (Martínez, 2006, pág. 27).

Dato muy importante el que proporciona el autor anteriormente mencionado ya que por medio de este aclaramos que la cultura está en todas partes, en esta ocasión el presente documento plantea visibilizar la cultura otavaleña ya que es muy amplia y con una interesante trayectoria, si se dice que cultura es toda actividad que realiza el hombre, entonces la presente tesis se centrará en la parte intangible que solo se lo puede disfrutar de una u otra manera, de esta forma se podrá ampliar la información ofreciendo el mejor contenido para el lector con datos valiosos e interesantes que lograrán persuadir al espectador para que practiquen los conocimientos transmitidos.

“El hecho folclórico está catalogado no solo como un producto social sino Cultural” (Felix, 1988, pág. 65).

Valiosa información la que ofrece el presente extracto ya que mediante este se puede percibir que el folclor es parte de la cultura ya que es una de sus expresiones tradicionales, este término estará muy ligado al propósito ya que se subdivide en expresiones como: la danza costumbres chistes, entre otros, es decir, es un sinónimo de la cultura intangible por lo tanto obligatoriamente ayudará en la búsqueda de la solución planteada inicialmente.

“Es el resultante de los hombres que han convivido en sociedad durante un lapso de tiempo más o menos largo, y se sigue transmitiendo como producto colectivo y anónimo de una parte de dicha sociedad.” (Felix, 1988, pág. 65).

Cultura es un resultante de la convivencia entre seres humanos, palabras muy claras que proporciona el autor de este extracto, evidentemente la aculturación y la invasión tecnológica que se está viviendo actualmente deja de generar cultura por medios propios y además ha llevado a perder la herencia cultural que dejaron los ancestros como legado, que ahora se está perdiendo paulatinamente sin tomar en cuenta la gravedad del tema y lo importante que es para los otavaleños, ya que es una arma muy poderosa y muy atractiva para los turistas que pretenden realizar un viaje de sana distracción. Con el producto que ambiciona el presente documento no solo se beneficiarán los turistas a quienes está dirigido, sino también se favorecerán los pueblos que conforman la hermosa ciudad de Otavalo ya que los turistas se sentirán atraídos y satisfechos de visitar la ciudad, generando mayores ingresos económicos a las familias otavaleñas que viven de pequeños negocios.

“Muchas artesanías que durante años formaron parte del acervo cultural han decrecido en su producción o desaparecido completamente.” (Felix, 1988, pág. 99).

La pérdida de identidad cultural y con ella la pérdida de varios objetos que en su tiempo fueron un símbolo otavaleño pero han sido atacadas por la llegada de culturas ajenas que se devaluaron la sabiduría ancestral de los pueblos, el presente documento muestra una alternativa de solución para revalorizar la cultura intangible y mostrar la importancia.

2.3.1. Turismo Cultural Intangible de Pueblo Otavalo

A continuación se presentarán varios ítems acerca de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo que servirán de información en el producto que el presente documento pretende visibilizar.

2.2.2 Fiestas Tradicionales

“Los Kichwa Cayambi celebran cuatro grandes Raymikuna o fiestas rituales que coinciden con los dos solsticios y los dos equinoccios que suceden en el año.

Estas fiestas están estrechamente relacionadas con ciclo agrícola andino en la que el maíz es principal elemento pues constituye un símbolo de la fertilidad y es el componente vital dentro de la cosmovisión indígena local así como el referente esencial dentro del calendario festivo religioso- cultural .

Así las festividades se inician en el mes de septiembre con el Koya Raymi o ritual de la luna y la tierra como elementos de la fecundidad. Un poco antes del equinoccio de otoño, fecha exacta para celebrarlo.” (Turismo, 2008, págs. 56,57).

El maíz además de ser un elemento agrícola central a sus fiestas y representar a la cosecha anual, también es un elemento de la fertilidad para los otavaleños. También se muestran otras fiestas que ya no se las celebran como los Pendoneros que se celebra en octubre en honor a San Miguel pero

muchos de los ancestros aun la recuerdan. Es el momento preciso para revalorizar dichas festividades que ya no son relevantes pero que son muy valiosas en la historia de la ciudad, es tiempo de que salga a la luz mediante la presente tesis para que no sean olvidadas por completo y para que los turistas interesados sepan la abundancia de tradición ancestral que posee Otavalo y no se fijen solo en los que se puede ver superficialmente sino también se inmiscuyan mas allá de lo visual y sientan una retrospectiva que los llevará a revivir el pasado y de esta manera a rescatar los recuerdos de sus ancestros, todo esto se logrará con un producto multimedia que interactuará con el lector, haciéndole mas fácil la comprensión de la información brindada.

En 1949 un grupo de estudiantes que disfrutaron de sus vacaciones en Otavalo , integrado , entre otros por Oswaldo Acosta Dávila , Jorge Acosta C., Marcelo Moreano , Fabián Suarez, utilizan por primera vez la frase “Fiesta del Yamor” para identificar dos actos sociales . Un baile en el club 24 de Mayo y otro en la piscina El Neptuno (Valdospinos, 2002, pág. 8).

Año en el que se mencionó por primera vez la palabra Yamor para recalcar una fiesta que vivieron un grupo de amigos en la piscina Neptuno que actualmente fue reconstruida tras varios años de abandono, dicho complejo acuático es un referente cultural que indiscutiblemente forma parte de la tradición ancestral de Otavalo y en sus interiores abordan grandes historias que fueron transmitidas de generación en generación.

“Varios Cronistas de Indía Garcilazo de la Vega (1500), Poma de Ayala (1584), Bernabé Cobo (1636) nos hablan del “Yamor Toctoy ” o “Yamor Acá”, como una bebida preparada por las Acllaconas para el Sapa Inca y su corte. La chicha servía para festejos y curaciones en los relatos históricos no se encuentra una fiesta indígena especifica en homenaje al Yamor. (Valdospinos, 2002, pág. 8).

La variedad gastronómica que ofrece Otavalo en sus fiestas es indiscutiblemente acompañada de un vaso de chicha o Yamor, aunque con menos fuerza que antes ya que como menciona el autor, además de un deleite el Yamor también se ofrecía en festejos y curaciones de los habitantes de Otavalo. Sería ideal que el producto multimedia tenga un alto alcance e impacto para que las personas vuelvan a usar este y otras tradiciones en sus actos cotidianos y vuelvan a sentir el placer que sentían los antepasados.

“El Yamor representa la identidad cultural de un pueblo que vivió y vive enamorado de su monte, de su lago, de sus suaves hondonadas y de los riscos paraderos. Los eucaliptos, las moras y los maizales cubren las lomas suaves y redondas del paisaje campestre. (Valdospinos, 2002, pág. 9).

Los otavaleños vivían enamorados de su pueblo, de sus tierras y el Yamor o Chicha era su máxima identidad, lo valoraban como tal. El soporte que plantea el presente documento ha visto la necesidad que renazca ese amor de los antepasados y esto solo se logrará persuadiendo al público mediante información entretenida y novedosa que hará que no solo los habitantes de Otavalo se vean interesados en retomar las tradiciones ancestrales, sino también los turistas que nos visitan a diario se introduzcan en esta misión de rescatar la cultura intangible.

Por esos días surgió la idea de “cruzarse a nado la laguna”. Muchos consideraron una hazaña difícil de ejecutar, llena de peligros inciertos. El proyecto maduro impulsado por un dirigente Quiteño (Juan Sevilla), dando paso a los preparativos pertinentes e intensos entrenamientos...El día anterior al cruce, se desarrolló una competencia en la cual intervinieron nadadores de Quito, Ibarra y Otavalo ,el escenario obviamente fue la piscina del El Neptuno.

La señal impartida a las 10h00 del domingo 8 de Septiembre de 1940, dio luz verde a una historia de esfuerzo y pundonor deportivos, referencia imprescindible de orientación fue el lechero arcaico y solitario, una sola embarcación a motor conducida por el señor Alejandro Echeverría acompañó al grupo. (Garces, 2002, pág. 24;25).

Claramente se observa mediante las palabras de este autor que a partir de la iniciativa de ciertas personas comienza a surgir una tradición que se sigue cultivando hasta los tiempos actuales como es la travesía al Lago San Pablo, una de las pocas tradiciones que ha surgido y ha crecido año tras año ya que en la actualidad se dan cita varios nadadores muy reconocidos nacionales e internacionales ya que es un verdadero reto para los deportistas, en el producto que surgirá de la presente investigación se pretende hacer de estas tradiciones una cita obligatoria para cualquier turista que pase por Otavalo además de brindar información que muchas personas desconocen como la narración del autor anteriormente mencionado, de esta manera se encontrará un correcto equilibrio con la tradición actual y la de antaño dejando en alto la sabiduría ancestral otavaleña.

“El Club Escudería Automovilística “Equipo de competición de Otavalo” ECO entidad dedicada a fomentar las diversas modalidades de el automovilismo, a participado de manera directa en la tradicional fiesta de el Yamor desde 1988 . (Abuja, 2002, pág. 32).

Dato fundamental que es de gran ayuda para el contenido de la multimedia que se pretende generar luego del presente documento, pues, amplia los caminos hacia los amantes del automovilismo que es un publico bastante amplio además el 4x4 es un evento de gran trayectoria con un sin número de espectadores que se dan cita año tras año en la ciudad de Otavalo de esta manera el soporte multimedia llegará a la mayor cantidad de personas posibles para que la información sea difundida a la mayoría de la

población sin importar su edad o gustos y habrá temas de interés social y ninguna persona se sentirá excluida.

El Yamor es una chicha especial que se prepara en el cantón Otavalo por motivo de la fiesta de Monserrate o fiesta de María ; se la elabora a base de “jora” o sea maíz germinado , de “chulpi”, “canguil” , “morocho”, que son variedades del mismo maíz , fuertemente conocidos y fermentados y a cuyo licor se añade un poco de azúcar. Como resultado de la fermentación y transformación química, en la superficie del líquido se forma una capa aceitosa, la “flor”, Que no observamos en la chicha ordinaria. (Valdospinos, 2002).

Mediante las palabras de este autor se amplía la historia del Yamor ya que anteriormente se menciona la trayectoria de su creación, ahora se nombran los ingredientes que la hacen única y especial brindando una opción más para que la propuesta sea factible y se posea como un medio que tendrá gran acogida en la ciudad otavaleña además de ser un infaltable intermediario entre los residentes de la ciudad y el turista siendo de gran ayuda para brindar datos que mucha gente los ignora mostrando al mundo entero que Otavalo se preocupa por su cultura y las personas que están interesadas en ella.

“Señala que con la chicha y la coca se mantenían los pastores de ganados y los trajinantes o caminantes, que iban a pie hasta doscientas leguas. (Jose Echeverria, 2002, pág. 40).

Un dato muy peculiar el que brinda el autor ya que sale a la luz que la chicha o Yamor era un acompañante infaltable en los viajes de los campesinos otavaleños por su amplio contenido vitamínico ya que si recordamos, la chicha esta hecha de varios granos que son fuente de

proteína, información vital para los turistas que desean visitar Otavalo y quienes prueben esa bebida con tanta historia podrán darse cuenta por que continua siendo un referente cultural, de cierta manera persuadir al usuario para que la degusten e incluso se atrevan a intentar hacerla en casa.

“El grado alcohólico era variable, aproximadamente 2% en la chicha nueva y 12 % en la chicha fermentada... originalmente, el emborracharse con chicha formaba parte del ritual o celebración, y en este contexto, era incluso una obligación (Jose Echeverria, 2002, pág. 41).

Otra propiedad de la chicha es que tiene cierto grado alcohólico cuando esta fermentada, es decir no se daña sino se añeja como un buen vino. Dato interesante para cualquier usuario y una razón mas para visitar la ciudad de Otavalo, el turista que obtenga el producto que se ofrece como resultado de esta investigación estará adquiriendo valiosa información que muy difícilmente se la podrá conseguir en otros lugares ya que el producto se valdrá de varias fuentes de información además de entrevistas con los pobladores de varios sectores de la ciudad de Otavalo y sus afueras, de esta manera se logrará información verídica para proporcionar mayor credibilidad a los turistas que visitan la ciudad diariamente.

2.4. Fundamentación de la comunicación.

Según Lisa Langevin Hogue, Lise Langevin en su obra literaria La comunicación: un arte que se aprende (2000) dice que “Nuestra comunicación se lleva a cabo de dos modos, igualmente importantes: transmitimos nuestros pensamientos por medio de palabras, pero también a través de gestos, es decir, por la expresión de todo nuestro cuerpo” (Lisa Langevin Hogue, 2000, pág. 16).

Dato muy valioso que aporta el autor al presente documento de investigación ya que por medio de este se pretende aclarar la importancia de conocer el proceso de comunicación para llegar de mejor manera a las personas, en este caso el autor menciona que se puede transmitir información por medio de palabras y por gestos, en el producto que se ofrece al finalizar el presente documento, se pretende transmitir dicha información pero mediante imágenes y animaciones que se remplazarían a los gestos que menciona en el extracto anterior logrando de esta manera llegar a una correcta información e interacción con el usuario mediante un soporte multimedia que sirva de entretenimiento y al mismo tiempo enseñe la importancia de la cultura intangible para los ecuatorianos especialmente para los pobladores de la ciudad de Otavalo.

“La comunicación en las relaciones personales no es fácil. Habrá momentos en que alguien nos guste, luego tal vez crezca el amor hacia esa persona, pero quizás un día suceda algo que nos desilusiona y nos molesta y entonces pensamos que la odiamos, o la odiamos de verdad (por lo menos en ese momento). Nuestros mayores esfuerzos serán entonces para reconstruir la relación y recuperar los sentimientos positivos hacia aquella persona. Pero, sin embargo en algunos casos, el odio permanente y pueden llevarnos a decidir poner fin a la relación. Todos estos escenarios son posibles y comprensibles. Las relaciones implican gestionar emociones positivas y negativas” (O.Wiemann, 2011, págs. 13-14).

No será tarea fácil llegar a todo el público objetivo del producto que se creará mediante los datos que brinda el presente documento de investigación ya que no todas las personas piensan de la misma manera ni tienen los mismos gustos u objetivos, es por eso que la presente tesis ha se ha centrado en un público que tienen algo en común es decir los turistas que pretenden visitar la ciudad de Otavalo y los residentes de la

misma, de esta manera el producto servirá de intermediario para que ambos grupos se sientan identificados por algo en común como son los conocimientos ancestrales finalmente para mejorar la comunicación se ofrece un producto multimedia que será de fácil acceso e interactividad.

“La comunicación es una herramienta indispensable de las empresas en su relación con los públicos” (Teresa Pintado Blanco, 2014, pág. 19).

Viendo el problema desde un punto comercial, el extracto anterior nos aclara la importancia de una correcta comunicación al momento de entablar una relación con un público, dichas palabras no son lejanas al problema de investigación ya que es justo lo que se necesita saber para llegar al publico con la información que brindará el producto que se ofrecerá al terminar este documento.

2.5 Fundamentación legal

“Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución”. (Constitución, 2008).

Por medio de estas palabras sale a la luz que el estado esta apoyando a la cultura ecuatoriana permitiendo el derecho a elegir sobre su pertenencia cultural pero un punto importante a tomar en cuenta es que las personas ecuatorianas se han dejado influenciar por culturas ajenas

tergiversando el apoyo constitucional han hecho que creencias ancestrales de otros países se apoderen de el conocimiento propio, esta y otras razones han hecho q se vea imperiosa la labor de rescatar la cultura intangible de la ciudad de Otavalo para que renazcan y estén nuevamente en las familias del país, mediante un soporte multimedia se llegará a persuadir a la gente a que deje de lado las tradiciones extranjeras y practiquen las propias.

“Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.” (Constitución, 2008).

El estado apoya el derecho de tener un intercambio cultural es decir lo que se propone al finalizar apoyada por la constitución por lo tanto es un proyecto factible que se encarga de fortalecer lazos culturales entre los turistas y residentes, mejorando notablemente la sabiduría ancestral y la economía de los residentes de los pueblos aledaños a Otavalo.

2.6. Fundamentación Científica

A continuación se cita varios autores que ayudan a la creación de un soporte multimedia que serán de gran ayuda para no caer en errores y de esta manera obtener un producto eficaz y de gran impacto.

2.6.1.Multimedia

“Multimedia es uno de los términos que, debido a la fuerza con que ha irrumpido en el mundo de las nuevas tecnologías, se ha convertido en referencia obligada de cualquier autor, de cualquier vendedor e incluso de cualquier usuario”. (Martin, 2010, págs. 24-26).

Multimedia es uno de los métodos que, debido a la impulso con que ha conquistado en el universo de las nuevas técnicas, se ha transformado en referencia precisada de la humanidad.

Es por esta razón que la multimedia a lo largo de los años ha cobrado fuerza a través de un elemento que se ha vuelto necesario en la mayoría de personas como es la tecnología.

“Los documentos multimedia suelen estar compuestos de objetos o eventos(texto, imágenes , sonido) con relativa independencia entre sí. Estos objetos pueden tener varios puntos de entrada y de salida, están ligados unos a otros y se organizan en estructuras no lineales; podrían compararse a los nudos de una red”. (Martin, 2010, pág. 26).

El producto que ofrece el presente documento tendrá una correcta diagramación sin dejar de lado los parámetros convencionales pero al mismo tiempo ofrecer un producto moderno y de gran versatilidad frente al usuario y de esta manera brindar un producto novedoso de tal manera que el usuario se sienta a gusto interactuando con él.

2.6.2.Retículas

“La retícula es la estructura donde se colocara el texto de un trabajo, y estará delimitada por el tipo original que se esté desarrollando, de esta

manera no será lo mismo la retícula de un periódico que la de una revista.” (Castro L. F., 2012).

Es muy necesario conocer acerca de la importancia de las retículas además que nos permite ubicar los elementos correctamente y de esta manera llamar la atención del lector, finalmente es muy importante saber que una multimedia puede tener varias retículas de acuerdo la información que se desee integrarla.

2.6.3. Packaging

“El consumo está basado en el deseo, sin deseo no hay consumo, sin consumo no hay producción, sin producción no hay packaging, sin packaging... ¿está claro?”. (Gandman, 2010, pág. 19).

Un empaque al momento de comercializar un producto en este caso el que ofrece el presente documento sería un producto multimedia que se encargue de revalorizar la cultura intangible del pueblo Otavalo, es por esta razón que el correcto uso del empaque hará que el usuario tenga un mayor interés en hacer uso de dicha multimedia.

2.6.4. Infografías

En la realidad la infografía es el encuentro técnico de la informática –info-y el grafismo –grafia-. La cosa esta clara, y de no ser por esta especificidad del término “infografía” , podríamos llamar indistintamente “información gráfica” a la fotografía y a las noticias , que por definición son informaciones por medios gráficos .Por otra parte , con esta limitación conceptual del procedimiento , la infografía quedaría excluida de la producción de la realidad virtual en 3D y dela videografía. (Acosta, 2003).

Infografía es el encuentro práctico de la automatización –info-y el grafismo –grafía-. De no ser por esta especificidad del término “infografía”, se llamaría imparcialmente “información gráfica” a la fotografía y a las noticias, que por definición son informaciones por medios gráficos. Gracias a este extracto podemos decir que: Para mantener al usuario entretenido y a gusto mientras se informa acerca de la gran variedad cultural que posee Otavalo. Además esto nos ayudara a mejorar la calidad del diseño ya que será mas dinámico e interactivo para el usuario, logrando así un información correcta.

2.6.5. Marketing

El marketing también se define como la técnica mediante la cual las empresas satisfacen las necesidades, los deseos y las expectativas de los consumidores, suministrándoles los productos y/o servicios que necesitan, respondiendo, de esta forma, a la demanda del mercado y obteniendo un beneficio y rentabilidad para la empresa. (Vertice, 2008).

Es necesario implementar estrategias novedosas y de gran alcance para así llegar en el contenido a los diferentes lugares del mundo. Es ahí donde beneficia de las palabras del autor anteriormente mencionado ya que hacen q todas las estrategias que se plantean tengan validez y sean correctamente utilizadas en el mercado, en el lugar y tiempo necesario.

2.7. Posicionamiento Teórico Personal

Las palabras redactadas de los diferentes autores mencionados anteriormente en el marco teórico han hecho que la presente investigación sea factible y que sus teorías sean usadas de una u otra manera ya sea en el presente documento como también en el producto multimedia que se ofrece

Los fundamentos culturales de la presente investigación parten de las palabras de Esteban Curiel en su obra literaria Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos (2008) dice que: **“El patrimonio intangible consiste en un tipo de cultura que no se puede tocar, solo se puede disfrutar de su experiencia y contemplación”**

Teniendo en mente estas valiosas palabras y ensamblando al problema de investigación que es la falta información de la cultura intangible del pueblo Otavalo se deduce que para lograrlo no basta con un producto que llegue a cierto tipo de personas sino que es imperioso que se difunda de manera que nadie este ajeno a la problemática.

En la búsqueda de una solución a dicho inconveniente se introdujo la necesidad de usar un medio tecnológico partiendo de las palabras de varios autores que coinciden que en la actualidad los medios tecnológicos están inmersos en la mayoría de familias sin importar la edad.

Partiendo de los datos anteriormente mencionados se vuelve factible la propuesta de un soporte multimedia que contenga la información cultural otavaleña que se ha visto colonizada por otras extranjeras.

La presente investigación pretende romper barreras y mostrar al mundo un producto multimedia que se ensamble con el ámbito cultural y muestre tradiciones y creencias que actualmente tienden a desaparecer.

Además las palabras de los autores fueron usadas a cabalidad al momento de la creación de un soporte multimedia, ya que sus teorías se han tomado como propias ya que todos los temas mencionados en el marco teórico son de suma importancia para estructurar un medio que sea novedoso y llame la atención además de ser de gran versatilidad al momento de difundirse entre las personas.

Por lo tanto, antes exponer este apropiamiento teórico se analizó y se comprendió todas y cada una de las teorías proporcionadas por los diferentes autores y la importancia de sus palabras.

Por esta y otras razones es momento de asumir como nuestra, las palabras redactadas en el presente documento para que sean utilizadas responsablemente y que se unan a la búsqueda de una sociedad ecuatoriana con sentido de amor hacia la cultura usando medios tecnológicos novedosos y de mayor alcance.

Finalmente la parte legal extraída de la constitución del 2008 hizo que se valide lo dicho en la presente investigación ya que es deber del estado proteger la cultura y permitir que las personas se interesen en ella, haciendo de nuestro país mas reconocido por su valioso aporte cultural.

2.8 GLOSARIO

Acervo: Conjunto de bienes o valores morales o culturales que pertenecen a un grupo, región o país.

Lucrativo: Que produce mucha utilidad, ganancia o beneficio

Permanencia: Estancia en un lugar durante un tiempo

Decrecer: Reducirse la cantidad, el tamaño o la importancia

Estética: Reducirse la cantidad, el tamaño o la importancia

Patrimonio: Conjunto de bienes que una persona ha heredado de sus ascendientes:

Alentar: Animar, infundir aliento o esfuerzo, dar vigor:

Alentar al equipo.

Deliberación: Consideración o reflexión sobre un asunto antes de tomar una decisión sobre él:

Cohesión: Adhesión de las cosas entre sí o entre las materias de que están formadas

Sujeción: Fijación o sustentación de algo.

Integridad: Totalidad, plenitud:

Certidumbre: Conocimiento seguro y evidente de que algo es cierto:

Imprescriptibles: El término imprescriptible es aquel que se usa para definir la condición que pueden tener algunos delitos, reclamos o circunstancias específicas de no perder sus características principales ni siquiera con el paso del tiempo

Intangibilidad: Que merece extraordinario respeto y no puede o no debe ser alterado o dañado:

Invaluable: Que no se puede valorar (atribuir o determinar el valor de algo o alguien): la amistad es un tesoro invaluable.

Ancestral: Ancestral proviene del latín pero a partir del francés. Su raíz

procede del francés antiguo ancestre, actualmente ancêtre cuyo significado es ancestro. Se considera que la formación de este vocablo se debe a haberse desprendido de la forma culta antecesor.

2.9. Subproblemas e Interrogantes

1. ¿Cuál es el nivel de conocimiento de los turistas cerca de la importancia que tiene la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?
2. ¿Cuál es el nivel de conocimiento por parte de los pobladores de la ciudad de Otavalo acerca de la cultura intangible del mismo?
3. ¿Cuál es el nivel de conocimiento por parte de las autoridades pertinentes acerca de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?
4. ¿Qué han hecho las autoridades pertinentes para preservar la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?
5. ¿Qué estrategias son las más importantes para establecer una solución para difundir la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?
6. ¿Qué características debería tener los métodos de solución que serán empleados para la difusión de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?
7. ¿Qué clase de información digital posee la cámara de turismo de Otavalo para la correcta difusión de la cultura intangible del mismo?
8. ¿Qué cantidad de información digital posee la cámara de turismo para la difusión de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?
9. ¿Cuán actual es la información digital que posee la cámara de turismo para la difusión la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?

10. ¿Con que facilidad el turista tiene acceso a la información digital acerca de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.- Tipo de Investigación

El presente problema de investigación fue cuantitativo por que se utilizaron métodos matemáticos y estadísticos para la valorización de los datos de las encuestas y cualitativo por qué se valoró la incidencia de los pobladores de Otavalo con los turistas.

Dentro de los tipos de investigación se tomaron en cuenta los siguientes:

3.1.1.- De campo. El presente proyecto de investigación fue de campo ya que se lo realizó en el mismo lugar en el que sucedió el fenómeno de la investigación debido a que el estudio fue hecho en la ciudad de Otavalo. En dicho lugar se pudo investigar acerca del desconocimiento de la cultura intangible y cuan importantes es.

3.1.2.Bibliográfico

Fue bibliográfico ya que se utilizó y se amplió las conceptualizaciones basándose en los criterios de diferentes autores de libros, además de fuentes de internet.

3.1.3. Proyecto factible.

La difusión de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo a través de un soporte multimedia fue un proyecto factible ya que se comprobó que mediante el rescate de dicha cultura se incrementa la movilidad turística en Otavalo.

3.1.4. Práctico

Este proyecto fue práctico ya que se planteó para que sea llevado adelante por los pobladores de la ciudad de Otavalo.

3.1.5 Transversal

El nivel de la presente investigación fue de tipo transversal por que se planteó el lugar y tiempo en el que se desarrolló el fenómeno.

3.2.- Métodos

Para el desarrollo de este proyecto fueron tomados en cuenta los siguientes métodos:

3.2.1. Método inductivo

Este método se utilizó ya que las conclusiones se generaron a partir de premisas que nos brindaron los diferentes autores anteriormente mencionados.

3.2.2.-Observación científica

Este método se usó para conocer a fondo el problema y el objeto de la investigación sin alterar la realidad, fue científica porque se basó desde las diferentes ciencias que contemplan la difusión de la cultura intangible mediante un soporte multimedia.

3.2.3.-La recolección de información

Mediante este método se obtuvieron los datos utilizados para determinar el nivel de conocimiento de la cultura intangible del pueblo Otavalo mediante un soporte multimedia.

3.2.4 Método Estadístico. Este método fue de suma importancia para validar los resultados obtenidos en la encuesta realizada los turistas y para demostrar una mejor realidad los resultados fueron graficados e interpretados en diagramas.

Para esto se realizó los siguientes pasos.

1. Recolección de información.
2. Tabulación de datos
3. Medición de los datos tabulados.
4. Determinar los resultados.

3.3. Técnicas e instrumentos.

Las técnicas e instrumentos utilizados para la culminación de este proyecto de investigación de campo fueron los siguientes.

3.3.1 Encuestas

Se aplicó encuestas a los turistas de la ciudad de Otavalo.

3.3.2 Entrevistas

La necesidad de obtener información acerca del nivel de conocimiento acerca de los lugares turísticos, se realizaron entrevistas a los residentes de los diferentes pueblos para obtener datos más eficaces, basándose en anécdotas de los moradores y de sus antepasados.

3.4. Población

Para la elaboración del proyecto se tomó en cuenta a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo.

Cuadro 1.

Número de turistas semanalmente

Tipo de Turista	Número de turistas	Porcentaje
Nacional	1485	33%
Extranjero	3015	67%
Total	4500	100%

Elaborado por: Jenifer Valle

3.5 Muestra.- Para la recolección de los datos se tomo una muestra de los turistas tanto nacionales como extranjeros para responder a las encuestas, para lo cual se utilizo la siguiente formula:

De los habitantes obtendremos una muestra representativa con una confiabilidad del 95 % y un error admisible del 0,05 al igual que 5%.

$$n = \frac{PQ.N}{(N-1)\frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E = Margen de error estadísticamente aceptable: del 1% al 9% máximo, 5% recomendable en Investigación Social o Educativa.

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

3.5.1 Desarrollo de la formula

$$n = \frac{PQ.N}{(N-1)\frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{(0.25).4500}{(4500-1)\frac{(0.05)^2}{(2)^2}+0.25}$$

$$n = \frac{1125}{(4499)\frac{0.0025}{4}+0.25}$$

$$n = \frac{1125}{(4499)0.000625+0.25}$$

$$n = \frac{1125}{2,811875+0.25}$$

$$n = \frac{1125}{3,061875} \quad n = 367,42 \text{ habitantes}$$

Cuadro 2

Turistas nacionales y extranjeros.

Turista	Número de Turistas	Porcentaje
Nacional	121	33%
Extranjero	247	67%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle



Gráfico 1

CAPÍTULO IV

4.- Análisis e interpretación de resultados

A continuación se presentarán una serie de tablas y gráficos que servirán de respaldo a las opiniones de los diferentes turistas que visitan la ciudad de Otavalo, tanto nacionales como extranjeros ayudarán a la sustentación de un soporte multimedia que ayudará a rescatar y visibilizar la cultura intangible del pueblo Otavalo y con ella la sabiduría ancestra..

Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan Otavalo

1.- ¿Conoce el significado de Cultura Intangible?

Cuadro 3

Cultura Intangible

Respuesta	Número	Porcentaje
SI	83	23%
NO	282	77%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle

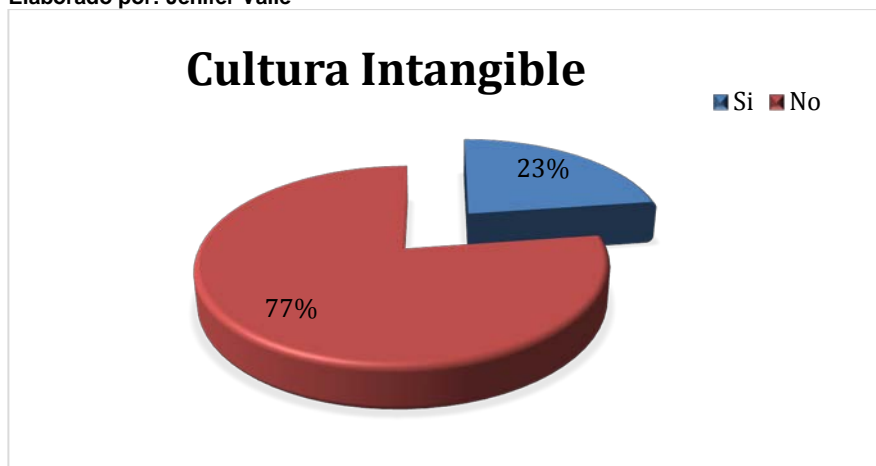


Gráfico 2

Interpretación

La mayor parte de los encuestados tienen un gran desconocimiento a cerca del significado de la cultura intangible.

El dato que rebota la pregunta anteriormente mencionada es muy importante ya que hace que el producto que se ofrecerá al finalizar el presente documento sea de vital importancia para rescatar la cultura otavaleña ya que es bastante preocupante que solo pocas personas tengan un ligero conocimiento acerca de la cultura intangible y ninguna persona extranjera conoce su significado, esto se debe a que no existe un medio que se encargue de transmitir la sabiduría ancestral, esa ahí donde cobra

importancia un soporte multimedia para devolver el conocimiento de nuestros antepasados hacia los turistas que nos visitan diariamente.

2.- ¿Cuántos soportes multimedia de difusión de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo conoce?

Cuadro 4
Soporte Multimedia

Respuesta	Número	Porcentaje
Más de 5	0	0%
Menos de 5	0	0%
Ninguno	368	100%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle

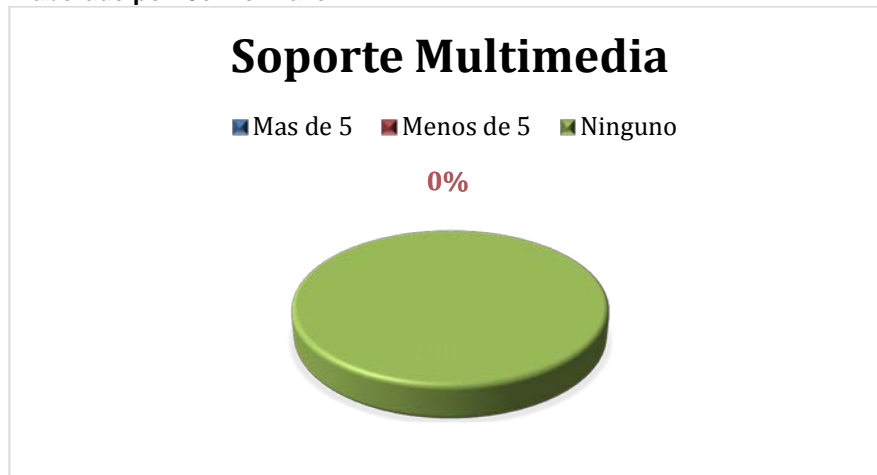


Gráfico 3

Interpretación:

La totalidad de las personas encuestadas no tienen ninguna información acerca de algún soporte multimedia de la cultura intangible del pueblo Otavalo. Dato lamentable que proporciona esta pregunta ya que sale a la luz la poca importancia por parte de las autoridades acerca de rescatar la cultura intangible, por esto y otras razones se ha visto imperiosa la creación de

soporte multimedia que se encargue de resucitar dicha cultura, de esta manera se logrará una mayor atracción hacia los turistas.

3.-¿Está de acuerdo que la cultura intangible de la ciudad de Otavalo se está perdiendo debido a que poca gente sabe que existe?

Cuadro 5

Pérdida Cultural

Respuesta	Número	Porcentaje
De acuerdo	329	89%
Poco de acuerdo	29	8%
En desacuerdo	10	3%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle



Gráfico 4

Interpretación:

La mayor parte de los encuestados están de acuerdo que la cultura intangible del pueblo Otavalo se está perdiendo por qué poca gente sabe que existe. Una pregunta que hace que se muestre la importancia de un producto que se encargue de hacer que las personas conozcan la variedad cultural que poseemos en el pueblo Otavalo y así continuar con una actitud de conciencia.

4.- ¿Cree que la Cultura intangible es parte importante de la Cultura en General de la ciudad de Otavalo?

CUADRO 6
Importancia de la Cultura

Respuesta	Número	Porcentaje
De acuerdo	286	78%
Poco de acuerdo	82	22%
En desacuerdo	0	0%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle



GRÁFICO 5

Interpretación:

Como se puede ver en el gráfico el 78% de los encuestados están de acuerdo en que la cultura intangible del pueblo Otavalo es parte fundamental de la cultura en general, mientras que el 22% están poco de acuerdo y ninguna persona está en desacuerdo.

Dicha pregunta nos muestra el interés de la gente que se une al presente documento con un objetivo en común que es el de rescatar la cultura.

5.- ¿Cree que la poca información de la cultura intangible del pueblo Otavalo hace que los turistas pierdan el interés de visitar la ciudad de Otavalo?

CUADRO 7

Información Cultural

Respuesta	Número	Porcentaje
De acuerdo	184	50%
Poco de acuerdo	117	32%
En desacuerdo	67	18%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle



GRAFICO 6

Interpretación

En la pregunta 5 existe un cierto nivel entre las personas que están de acuerdo y los que no están tan seguros, esto se debe a que en gran parte los encuestados fueron extranjeros y ellos supieron manifestar que su motivo de visita fue por la belleza paisajística que posee el pueblo Otavalo.

6.- ¿Cree que un medio que se encargue de revalorizar la cultura intangible del pueblo Otavalo despierte el interés de las autoridades para que sean rescatados?

CUADRO 8
Revalorizar la Cultura

Respuesta	Número	Porcentaje
De acuerdo	329	89%
Poco de Acuerdo	39	11%
En desacuerdo	0	0%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle



GRÁFICO 7

Interpretación:

En la pregunta 6 la mayoría de encuestados coincidieron en que es necesario dar un impulso a las autoridades para que se preocupen en la importancia que tiene la cultura intangible de Otavalo, tanto para nuestras raíces como para impulsar el turismo, de esta manera el numero de beneficiados se extiende a tres grupos como son: los turistas, los comerciantes y los residentes, especialmente los jóvenes que poco o nada conocen acerca del tema y lamentablemente no existía un medio que se encargue de la difusión.

7.-¿Está de acuerdo con que un soporte multimedia sería más efectivo para promocionar la Cultura Intangible?

CUADRO 9
Soporte Multimedia

Respuesta	Número	Porcentaje
De acuerdo	320	89%
Poco de Acuerdo	31	9%
En desacuerdo	17	2%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle



GRÁFICO 8

Interpretación:

Pregunta que tuvo gran acogida ya que la gente está muy interesada en un soporte multimedia que les será de gran ayuda para conocer la historia ancestral que tiene cada uno de los lugares que ellos están visitando además de conocer sus tradiciones e intereses, esta es una pregunta que valida el propósito del presente documento ya que por medio de esta se percibe la aceptación del público y se asume que será muy factible un soporte multimedia que enseñe la cultura intangible, no solo a turistas sino también a los mismos residentes del pueblo que se están olvidando de sus raíces.

8.-¿Está de acuerdo en que si se usan los recursos tecnológicos se podrían rescatar la cultura intangible?

CUADRO 10
Recursos Tecnológicos

Respuesta	Número	Porcentaje
De acuerdo	276	77%
Poco de Acuerdo	65	18%
En desacuerdo	17	5%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle



GRÁFICO 9

Interpretación:

Como se mencionó anteriormente acerca de la importancia y la incidencia que a tenido el avance tecnológico en nuestro medio se confirma con esta pregunta que casi la totalidad de los encuestados están de acuerdo en que si se fusión lo cultural y lo tecnológico seria una tarea mas fácil rescatar la cultura intangible del pueblo Otavalo por esta y otras razones la presente tesis ambiciona lograr un correcto ensamble entre os temas anteriormente mencionados legando a la mayor gente posible.

9.- ¿Qué elementos de la cultura Intangible del pueblo Otavalo conoce?

CUADRO 11

Elementos de la Cultura

Respuesta	Número	Porcentaje
Idioma	312	30%
Vestimenta	368	36%
Fiestas Tradicionales	148	14%
Medicina tradicional	36	16%
Gastronomía	165	4%
Total	881	100%

Elaborado por: Jenifer Valle

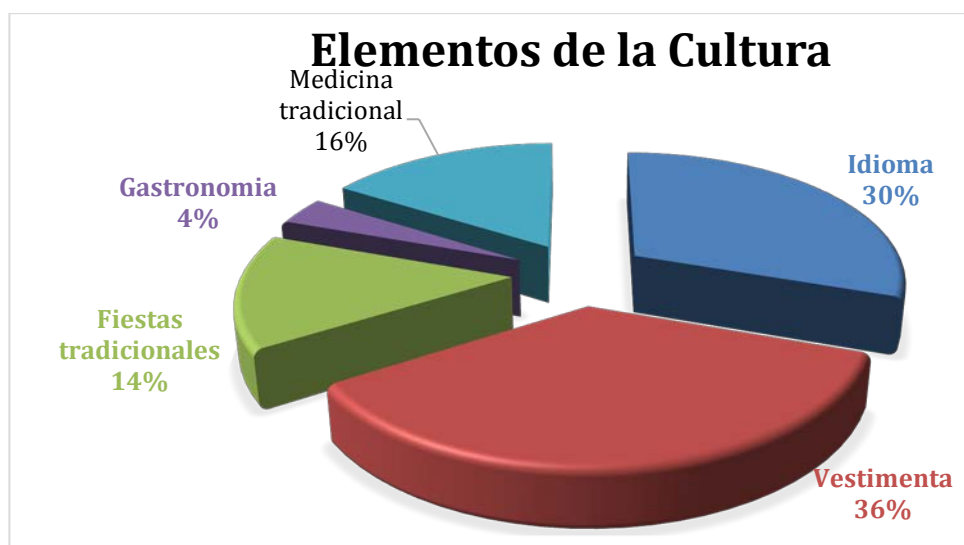


GRÁFICO 10

Interpretación:

En el gráfico anterior se muestra que varias personas conocen diferentes expresiones de cultura intangible, pero al momento de tener una pequeña charla con ellos se pudo percibir que no la conocen del todo. Mediante el presente documento mostrar estos datos que la gente desconoce.

10.-¿Conoce algún programa local que se encargue de revalorizar la cultura intangible del pueblo Otavalo?

CUADRO 12

Programas Culturales

Respuesta	Número	Porcentaje
SI	18	5%
NO	350	95%
Total	368	100%

Elaborado por: Jenifer Valle

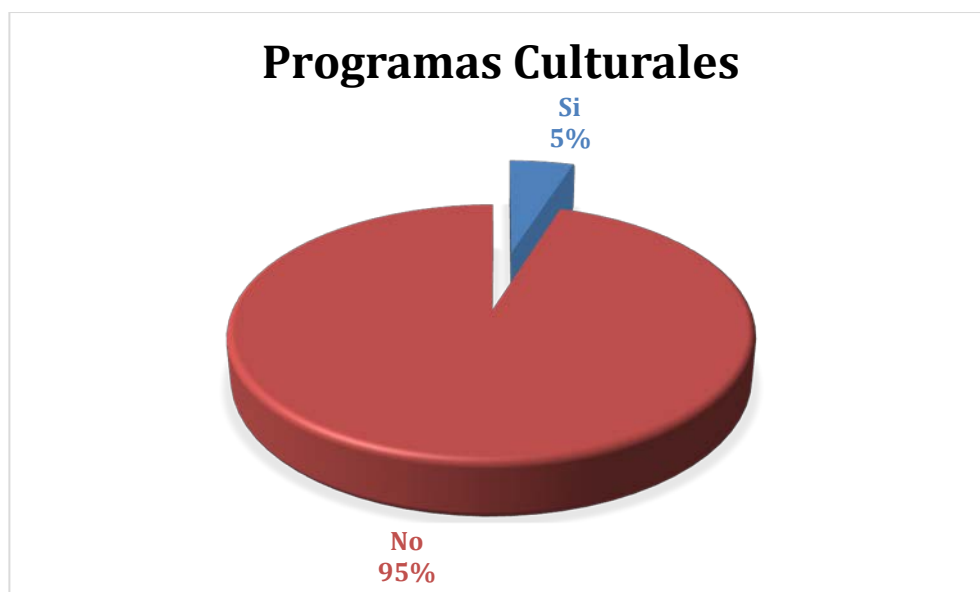


GRÁFICO 11

Interpretación:

En esta pregunta se pudo notar que la mayoría que es el 95% de encuestados no conoce de ningún programa de ninguna clase para revalorizar la cultura intangible del pueblo Otavalo mientras que tan solo el 5% de ellos si conoce y gran parte de ellos coincidió en que es un programa de televisión cuyo nombre es SARANCE VISIÓN. Pero dicho programa no es en su totalidad encargado de la revalorización cultural, es decir no brinda información concreta, además no esta al acceso de todas las personas ya que es televisión por paga

4.1. Discusión de Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos y tomando en cuenta que la mayoría de respuestas nos dice que es necesaria una mayor información y promoción publicitaria, de la cultura intangible del pueblo Otavalo. Ya que la mayoría de los encuestados, no tienen suficiente información al respecto.

La presente investigación a cumplido con una meta importante, la cual es ampliar nuestro conocimiento acerca del nivel de conocimiento acerca de la cultura intangible del pueblo Otavalo, para esto fue valiosa la información que rebotaron las diferentes preguntas de la encuesta que fue aplicada al público que esta inmerso principalmente en el tema, es decir, los turistas que visitan dicho pueblo serán los principales beneficiados con el resultado de las encuestas.

Anteriormente se mencionó un método de investigación importante, como es el inductivo, dicho método fue el más adecuado ya que no solo se obtuvieron resultados validos por parte del contenido bibliográfico, ya que también se usaron los datos valiosos que proporciono la encuesta aplicada, además se considera que la muestra fue la propicia ya que los encuestados fueron suficientes para generar un dato correcto y mas acercado a la realidad.

No fue posible realizar una prueba piloto ya que a lo largo del camino se encontró varias limitaciones, y una de ellas fue el presupuesto, pues como se

mencionó anteriormente, las autoridades no se preocupan lo suficiente en rescatar un tema tan valioso para la cultura otavaleña.

Los datos obtenidos de los conocimientos de los turistas no solo se podrían usar en el tema de la cultura intangible sino que se podría ampliar el tema y generalizar a un nivel cultural completo ya que la información obtenida se presta para ayudar en diferentes ámbitos.

En los resultados de las encuestas se puede encontrar varias coincidencias con las palabras de los diferentes autores de la bibliografía como por ejemplo en el ámbito cultural es muy importante que se busque una alternativa de solución a ese decaimiento que se ha presentado en los últimos años ya que el publico encuestado y los datos bibliográficos en que la cultura es parte fundamental para nuestras raíces y es necesario que todas las personas residentes de los diferentes pueblos aledaños a Otavalo conozca acerca del tema y se encargue de transmitir ese conocimiento ya que solamente unidos se podrá llegar a un objetivo en común como es el renacimiento del conocimiento ancestral.

Así como hubo aciertos entre la encuesta y la bibliografía, también hubo discrepancias, como es el caso en el que se cuestiona la cantidad de productos digitales que se encarguen de brindar conocimiento de la cultura intangible del pueblo Otavalo ya que si recordamos a

A pesar de que la multimedia es un elemento tan versátil que utiliza tantos elementos creativos y novedosos son un medio tan poderoso y de una amplia interactividad las personas que fueron objetivo de la encuesta siguen mostrando un desconocimiento total sobre un medio digital cultural y esto se lo atribuyen a la falta de interés por parte de las autoridades de turno que, si bien es cierto se han preocupado en ofrecer unas fiestas en las que se pueden convivir y disfrutar de una parte de la cultura, pero han dejado de lado gran variedad cultural que ofrece el pueblo Otavalo y su gente.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Luego de obtener la información por parte de diferentes ámbitos y de contrastar los resultados de las encuestas realizadas se ha llegado a las siguientes conclusiones:

A través de la información obtenida en el presente documento ha demostrado que la cultura intangible es parte esencial de la cultura en general y que esta se está transformando día a día, debido a que esta información es escasamente divulgada , se pudo observar que aun los propios residentes de los diferentes pueblos desconocen el tema y lamentablemente la mayoría son los jóvenes que deberían estar inmersos en el asunto pero no es así.

Los turistas que fueron objetivo de las encuestas y los residentes de los pueblos que fueron sometidos a entrevistas están de acuerdo en que es necesario implementar un producto que se encargue de divulgar la información de la cultura intangible, además coinciden en que ayuda mucho

la implementación de un soporte multimedia ya que en la actualidad todas las personas tienen acceso a un Smartphone y que sería más fácil su uso.

Además se concluye que es necesario que los jóvenes y niños aprendan acerca del tema ya que ellos son los únicos que continuaran con esta sabiduría ancestral que nos deja como legado los ancianos de los pueblos y por esta razón se pretende llegar a ellos en su mayoría con un soporte novedoso para que se haga uso de el tomando en cuenta que los jóvenes tienen mayor atracción por lo tecnológico.

Se concluye que la cultura intangible y la sabiduría ancestral es parte fundamental de la cultura ecuatoriana en general, por lo tanto si se logra una correcta difusión, de esta forma se esta brindando un valioso aporte a la cultura en general.

La conclusión final pero no menos importante es que si las personas tuvieran un intermediario que les sirva de ayuda para transmitir el conocimiento sería más fácil la difusión cultural e incrementaría una conciencia de debate entre las personas y de esta manera se podría llegar a una nueva información que probablemente la mayoría desconoce.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda principalmente a los diferentes departamentos gubernamentales tomar cartas en el asunto ya que no se debe permitir que el desconocimiento de algo tan importante para la cultura continúe y es

momento de generar una actitud de conciencia empezando por las personas que están en el poder y que se expanda al resto de la población.

Además la recomendación está dirigida a los mismos turistas para que hagan uso del soporte que se les presenta a continuación ya que este les brindara valiosa información para que no se pierdan un solo detalle de la variedad cultural que ofrece el pueblo Otavalo y su gente.

Se recomienda a los jóvenes a que divulguen la información que saben hacia las demás personas, solo así se llega a obtener información nueva y en ocasiones es de gran ayuda para impulsar el turismo, beneficio para los propios comerciantes que residen en los diferentes pueblos.

Se recomienda a los diferentes centros educativos para que de esta forma generar una actitud de conciencia y amor por practicar el conocimiento ancestral que enseñaron nuestros antepasados y así prolongar el tiempo de vida de la sabiduría ancestral que es tan importante e interesante.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la propuesta

“DISEÑO DE UN SOPORTE MULTIMEDIA QUE SE ENCARGUE DE DIFUNDIR LA CULTURA INTANGIBLE DE LA CIUDAD DE OTAVALO”.

6.2 Justificación

Un medio digital como un soporte multimedia, es un factor fundamental para el desarrollo de este proyecto ya que por medio de este, se podrá llegar a una cantidad masiva de turistas, tanto nacionales como extranjeros que se encuentren en la zona antes mencionada.

Se suma a esto el gran impacto que la tecnología ha tenido en ese y todos los lugares del mundo, es por esta razón que un soporte multimedia es una gran alternativa para llegar a la mayor cantidad de personas posibles.

Tomando en cuenta las fortalezas que este medio nos proporcionan se plantean como alternativa para visibilizar la cultura intangible le pueblo Otavalo.

Este proyecto se realizó con el apoyo de los pobladores y quienes visitan los lugares turísticos además la gran ayuda que proporciona la cámara de turismo de la ciudad de Otavalo ya que proporciono datos importantes para este proyecto.

6.3.-Objetivo General

Desarrollar y difundir un soporte multimedia, para la promoción del Turismo Cultural Intangible de la ciudad de Otavalo

6.4.-Ubicación sectorial y Física

Los lugares que fueron objeto de estudio para este proyecto se encuentran localizadas dentro y fuera de la ciudad de Otavalo.

6.5. Recomendaciones Metodológicas.

La propuesta multimedia planteada tiene varias ventajas entre ellas, esta que:

- Al momento en que el turista necesite información de la cultura del lugar en el que se encuentra
- Cuando necesite saber cuales son los ingredientes con los que esta preparados los platos tradicionales de la ciudad de Otavalo.
- Cuando necesiten conocer las fechas de las fiestas tradicionales celebradas en la ciudad.

6.6 Plan de Marketing

6.6.1 Situación del mercado.

La ciudad de Otavalo es un punto estratégico para la demanda turística, debido a su amplio contenido ancestral y tradicional, según estimaciones del cámara de turismo, desde el año 2004 las personas que llegan a esta ciudad han aumentado considerablemente, es así que, Otavalo recibe un promedio de 250000 visitantes al año.

Dato interesante ya que muestra la realidad de la ciudad mencionada, otro dato fundamental es la escases de un soporte que ayude con información turística, si bien es cierto existe una cámara de turismo en la que el turista recibe información y de cierto modo es de ayuda al turista pero no lo suficiente.

Esto es un punto en contra para la ciudad ya que el público objetivo llega a asumir que en Otavalo no hay muchas cosas por conocer, visitar y esto es perjudicial para el turismo e incluso para el comercio de la ciudad.

Hay que tomar en cuenta que es necesario continuar incrementando el número de visitantes y de esta forma continuar siendo un potencial turístico del país.

6.6.2 Situación del Producto.

Otavalo Cultural es un soporte multimedia que se encarga de revalorizar la cultura ancestral de la ciudad de Otavalo mediante contenido interactivo

interesante para el usuario incluyendo infografías y sonido que hacen mas versátil y entendible ,de esta manera hacer que el viajero este informado constantemente acerca le la cultura ancestral que se practica en la ciudad.

Una vez finalizado el producto multimedia, será de fácil acceso ya que contara con una correcta estrategia publicitaria además de abarcar dos idiomas, tomando en cuenta dichas características, esta multimedia logrará contribuir al desarrollo económico de la ciudad ya que se incrementarán las visitas de los turistas fortaleciendo el comercio y el ingreso económico de los habitantes.

Finalmente la población se beneficiará con el soporte multimedia planteado ya que el contenido es de fácil acceso y las personas que lo necesiten podrán reproducirlo desde sus tabletas sin perderse ningún detalle de la cultura ancestral de la ciudad de Otavalo

6.6.3. Análisis de distribución

Inicialmente se plantea distribuir un ejemplar a la cámara de turismo que será de gran ayuda al momento que un turista necesite ayuda con información para conocer la cultura de Otavalo, posteriormente se distribuirá a las entidades gubernamentales para que ellos tengan conocimiento de la existencia del presente producto y de esta manera se logre una mejor difusión.

Finalmente pero no menos importante se distribuirá en las entidades educativas para que los mismos residentes de la ciudad se empapen del tema y sirvan de comunicadores hacia los extranjeros que los visitan, mostrándoles información verídica y mas amplia.

6.6.4. Mercados objetivos

a. Geográfico.- En una primera etapa se presentará el producto en la misma ciudad de Otavalo que es en donde sucede el fenómeno pero sin dejar de lado una extensa difusión al resto del mundo mediante redes sociales mostrando una aplicación descargable.

b. Demográfico.- El principal target son las personas de 25 a 30 años debido a que son una población que muestran interés de viajar y conocer distintos lugares sin dejar de lado a los adultos mayores que visitan Otavalo luego de su retiro.

c. Factores de Conducta.- Los principales motivos de viaje son por vacaciones que brindan los empleadores, es ahí el momento en el que el potencial turista inicia una búsqueda de lugares para visitar en distintos medios y el principal es el internet, lugar exacto para integrar un aplicación que enseñe la sabiduría que posee el pueblo Otavalo.

6.6.5. Necesidades del Mercado

Producto al alcance de todos: La posibilidad que brinda la tecnología es una ventaja ya que hará que los posibles turistas conozcan la cultura del pueblo Otavalo aun sin visitarlo.

Diseño exclusivo: Se ofrece un producto exclusivo y agradable a la vista

Calidad: Se ofrece un producto que contenga información certificada ya que la investigación se la realizo de las fuentes mas confiables de Otavalo.

6.6.6. Análisis FODA

a) Fortalezas:

- Información verídica
- Diseño exclusivo
- Interacción con el usuario
- Fácil acceso
- Información a dos idiomas

b) Oportunidades:

- Crecimiento turístico
- Fortalecer la cultura otavaleña

- Crecimiento económico

c) Debilidades

- Poca experiencia en la difusión online internacional
- Falta del soporte adecuado para la creación del producto
- Falta de experiencia bilingue

d) Amenazas

- Amplio contenido de aplicaciones de entretenimiento

6.6.7. Definición de la estrategia.

a. Producto

Otavalo cultural es un soporte multimedia que se encarga de la difusión y revaloración de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo , mediante contenido interactivo , que despierta interés en el usuario : incluye infografías , sonido y fotografía , que la hacen más versátil y entendible logrando de esta manera captar la atención del grupo objetivo al que está dirigido.

El nombre escogido se mantuvo en secreto hasta última hora. Se pensó en otros nombres como: Otavalo tradicional, Mi Otavalo, Finalmente el más

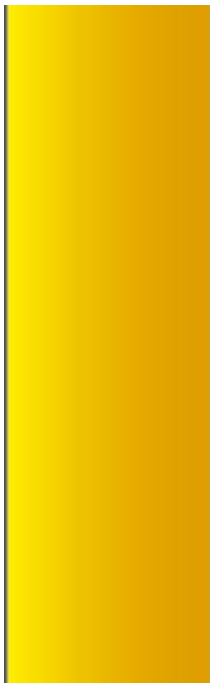
relevante se consideró que es Otavalo Cultural, ya que es un nombre corto, de fácil pronunciación y describe exactamente al producto.

b. La Marca

El isologotipo con forma de “Maíz” busca introducirse en el mercado, para una correcta identificación pues refleja: Cultura, Tradición y arte, además va acompañado de la palabra cultural que es un complemento adecuado para identificarlo fácilmente.



c. Manual de Uso y Aplicación de Marca



Introduccìon

Este manual de uso y aplicaci3n de marca, informa el manejo adecuado de la misma, por lo que establece un instrumento b3sico en las tareas de difusi3n y promoci3n.

Como elemento adicional establezco el patr3n de creaci3n, el uso de las tipografías y el manejo crom3tico de la marca.

El atinado y coherente uso de la marca Otavalo Cultural ayudara a que obten-gamos la meta de identificaci3n de la misma.

Adem3s se especifica las propiedades de la marca, as3 como los par3metros para su propagaci3n sobre diferentes soportes; propuestos de una manera clara y precisa.

Terminologìa

Imagen Corporativa

La imagen corporativa se refiere a c3mo se percibe una compaía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compaía "significa". La creaci3n de una imagen corporativa es un ejercicio en la direcci3n de la percepci3n.

Identidad Corporativa

Es un conjunto de característicás específicas y personales de una instituci3n, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de las demás entidades. El término identidad corporativa implica todo lo que una instituci3n representa.

Manual de Identidad corporativa

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicaci3n de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

Logotipo o Marca

La conjunci3n de los distintos elementos que componen la identidad visual de la instituci3n: logotipo, símbolo/anagrama y color.







Tipografía Corporativa

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

Elementos



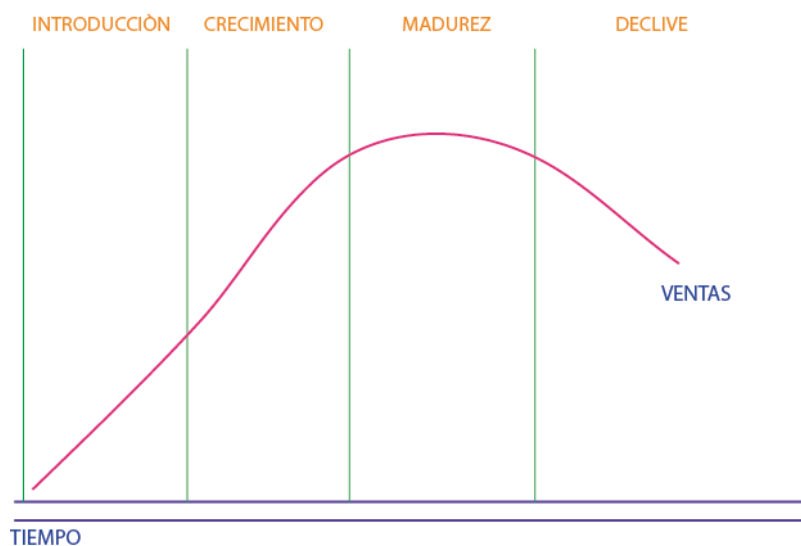
Cromàtica

	C=88,84 M=31,01 Y=85,82 K=21,44
	C=11,18 M=92,75 Y=85,67 K=2,2
	C=100 M=87,06 Y=10,93 K=0,86
	C=0 M=0 Y=100 K=0
	C=0 M=37,91 Y=100 K=12,97
	C=41 M=0 Y=81,18 K=0,39

d. Ciclo de Vida

Otavalo Cultural es un soporte Multimedia que busca lograr estar siempre en progreso con desarrollos tecnológicos e investigaciones. Su amplia versatilidad e interacción siempre estará en constante cambio, lo que acredita que el soporte siempre se encuentre en etapas de introducción y crecimiento; como complemento cuenta con un adecuado manejo de publicidad , con la finalidad de mantener el soporte multimedia en una etapa de madurez casi constante.

Gráfico 12



Fuente: Jenifer Valle

e. Precio

El precio se puede fijar en función de los costes de producción:

Se ha estimado el coste de producción del modelo base 3 410 \$ dólares (siendo el componente más caro para la producción el talento humano).

CUADRO 12

Presupuesto del Proyecto	
GASTOS	
Personal	Costo
Diseñador Grafico	1.200
Extras	500
Total de gastos de personal	1.700
Artículos de oficina	1.200
Viáticos del personal	400
Otros	100
Total de otros gastos	1.500
Medios Impresos	
Afiches A3:1000 ejemplares	120
Volantes A5: 2000	90
Total medios impresos	210
Total de gastos del proyecto	\$ 3.410

Fuente: Jenifer Valle

f. Plaza

Inicialmente se plantea distribuir el soporte multimedia Otavalo cultural, a la cámara de Turismo mismo que será de gran ayuda al turista, siendo esta una forma más directa con el consumidor.

Además se creará un archivo que se compatible con androide con la extensión APK.

Posteriormente para lograr una expansión de la aplicación creada, Utilizaremos un código QR en soportes impresos, q permitirán a los turistas una mayor facilidad de adquisición de la misma.

Dicho código QR se enlazara a la aplicación Otavalo cultural, q se encontrara subido a APP Store.

g. Promoción

El objetivo de Promoción es informar de la aparición de un nuevo producto, persuadir para su uso y recordar periódicamente su existencia en el mercado.





Para ello realizaremos una publicidad ATL y BTL


h. Publicidad BTL

Con la ayuda del Municipio de Otavalo, promocionaremos el soporte multimedia en una pantalla gigante que se encuentra ubicada en la plaza de los Ponchos. Esta reproducción se la realizará los días Miércoles y Sábado (días de feria) días en los que hay mayor flujo de turistas con una repetición de tres veces al día.

Story Board del Video Promocional

CUADRO 13

IMAGEN	DESCRIPCION	SONIDO	DURACIÓN
	<p>El video inicia con la figura de un maíz que se forma grano a grano en el centro de la pantalla</p>	<p>Música</p> <p>Voz en off</p> <p>Otavalo es cultura</p>	<p>7s</p>
	<p>De la misma manera aparecen las hojas del maíz que lo cobijan</p>	<p>Música</p> <p>Tradición</p>	<p>5s</p>
	<p>Se reduce el isotipo al centro de la pantalla</p>	<p>Música</p> <p>Gastronomía</p>	<p>4s</p>
	<p>Se incorpora el logotipo con el texto Otavalo con un efecto de resplandor desde abajo</p>	<p>Música</p> <p>Es todo lo que necesitas.</p>	<p>5s</p>

	<p>Se incorpora el complemento con la palabra cultural con un efecto de resplandor desde la izquierda</p>	<p>Música Voz en off Otavalo más cerca de ti, ahora también para android</p>	<p>9s</p>
---	---	--	-----------

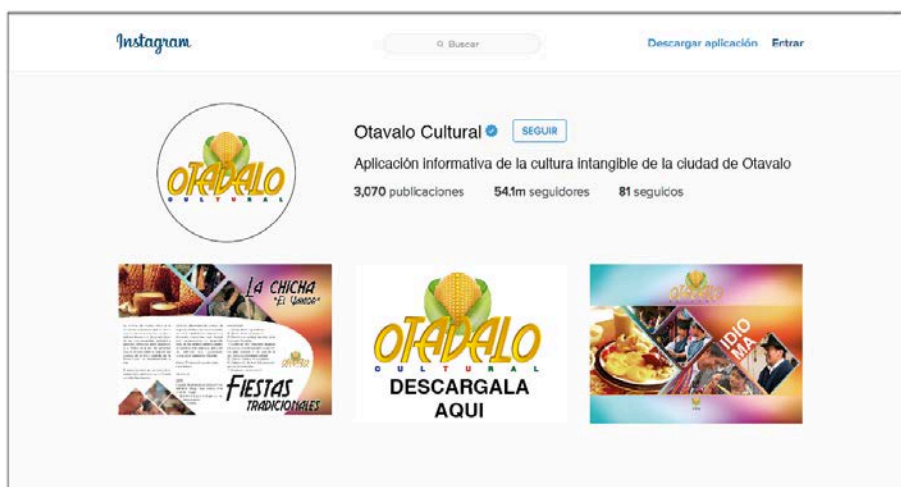
Fuente: Jenifer Valle

Se planea realizar una rueda de prensa para dar conocer el soporte y la aplicación multimedia Otavalo Cultural.

Además se realizara una difusión por medio de las redes sociales (Facebook, instagram).

Captura de Pantalla Instagram

Gráfico 12



Fuente: Jenifer Valle

Captura de Pantalla Facebook

Gráfico 13



Fuente: Jenifer Valle

i. Publicidad ATL

Distribución de hojas volantes en todos los lugares de más flujo turístico de la ciudad.



Hoja Volante

Colocar afiches en sitios estratégicos de la ciudad de Otavalo como:
Cámara de turismo, municipio de Otavalo y lugares más frecuentados por los
turistas.



Afiche

j. Cronograma

CUADRO 14

Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Distribución del soporte multimedia al Municipio de Otavalo.	x	x														
Realizar una rueda de prensa para dar a conocer el soporte y la aplicación Otavalo Cultural			x	x												
Difusión del soporte y la aplicación Otavalo Cultural por medio de redes Sociales					x	x	x									
Distribución de hojas volante por la ciudad.								x	x	x	x					
Colocación de afiches en sitios de mayor flujo turístico.												x	x	x	x	

Fuente: Jenifer Valle

6.7. Fundamentación

6.7.1 Adobe Flash



Fuente: adobebase.ru

“Adobe Flash CS6 es la herramienta perfecta para los diseñadores de páginas web, profesionales de medios interactivos o personas especializadas que desarrollen contenido multimedia. Pone énfasis en la creación, importación y manipulación de distintos tipos de medios (audio, video, mapas de bits, vectores, textos y datos. (Garcia, 2012, pág. 9).

“El software Adobe Flash Profesional CS6 es el estándar del vector para la creación y entrega interactivas de experiencias virtuales y envolventes presentadas de manera uniforme en ordenadores personales, dispositivos móviles y pantallas de prácticamente de cualquier tamaño” (Garcia, 2012, pág. 9)

Este programa es de gran ayuda al momento de realizar la animación y es de gran importancia porque el proyecto multimedia será dirigido a turistas y con la animación será más llamativo para ellos.

6.7.2 Adobe Illustrator



Fuente: dhaka.newhorizons.com

Este programa se usó al momento de realizar casi toda la interfaz y toda la maquetación del proyecto multimedia, sin este programa no sería posible la realización del proyecto.

6.7.3.- Adobe Photoshop



Fuente: adobebase.ru

Este programa se usó para todo lo que es el retoque profesional de las fotos e imágenes. Además para los montajes realizados en algunos retratos.

6.7.4.-Las retículas

Las retículas son el esqueleto en donde reposa todo el diseño, es lo que esta por detrás de una publicación, o simplemente es la base donde reposan los elementos de un diseño o publicación.

La retícula es un paso que no se debe olvidar nunca al momento de iniciar un proyecto multimedia ya que es nuestra base de todo, esta nos sirve para que la multimedia tenga un orden adecuado de los elementos multimedia. (Niebla, 2005, p. 41)

Este dato es indispensable conocer antes de iniciar una multimedia ya que es muy necesario que los elementos tengan un orden adecuado para que visualmente sea agradable y se logre la interacción anhelada con el usuario.

“Una cuadrícula es una estructura de composición compuesta por bloques verticales y horizontales que dividen un documento en filas, columnas y márgenes. Y por supuesto, este mismo concepto de diseño modular se puede ampliar al diseño de páginas web determinada en varias páginas a lo largo de un sitio web, es prácticamente obligatorio que utilice algún tipo de estructura predefinida para asegurarse de que los visitantes sean capaces de acceder y leer fácilmente esa cantidad de información” (Niebla, 2012, pág. 41).

Las palabras de este autor serán tomadas muy en cuenta a lo largo de la creación multimedia para que sus elementos mantengan el seguimiento adecuado y no caigan en el error de desaparecer mientras el usuario esta interactuando con el producto multimedia.

6.8.-Desarrollo de la propuesta

La propuesta planteada en base a la investigación realizada en los alrededores de la ciudad de Otavalo será desarrollada mediante un soporte multimedia, el mismo que tendrán una amplia información y animación que se encargaran de llamar la atención de los usuarios.

Sera algo muy novedoso ya que para lograr captar la atención del usuario se desarrollara un Intro en el cual se muestre la identidad del soporte multimedia con elementos propios de nuestra cultura y se les dará una pauta del contenido.

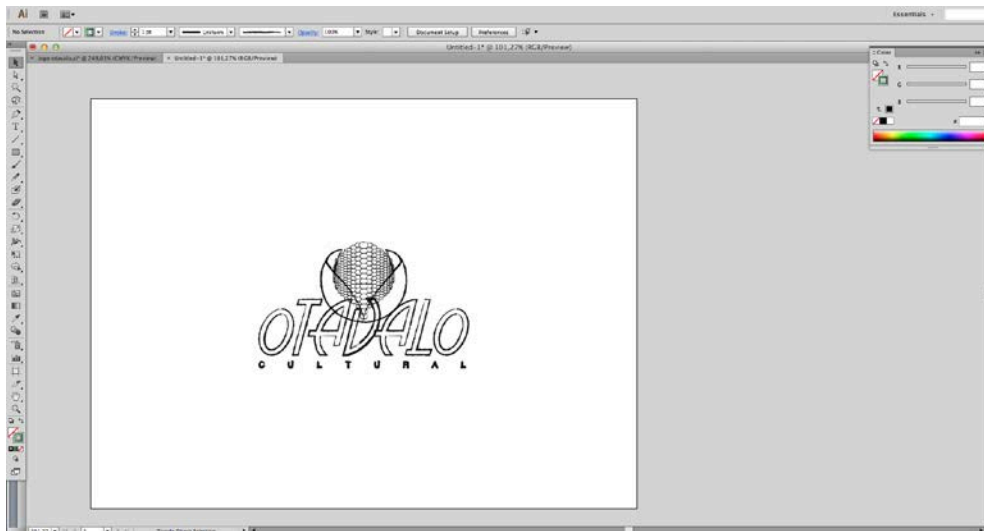
Además estará seguido de un menú novedoso con imágenes significativas, dos idiomas(español ,ingles) y una correcta animación que despertara aún más el interés del usuario por continuar interactuando con el soporte.

Los datos anteriormente mencionados harán que el usuario se conecte y perciba la importancia de la cultura intangible y lo entretenida que puede ser demostrando que la tecnología no solo se la puede utilizar para un momento de ocio sino también para aprendizaje y conciencia cultural.

Procedimiento

Inicialmente se crea el boceto de la marca que identifica a la propuesta multimedia con una idea colorida y novedosa que sea de agrado al usuario.

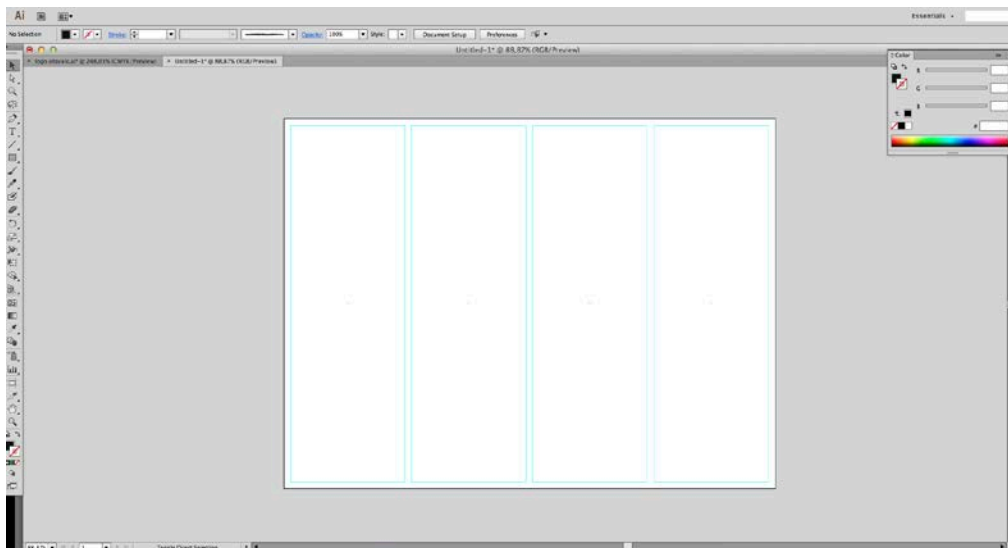
Gráfico 14



Fuente: Jenifer Valle

Luego se eligió la retícula que será de vital importancia y nos acompañarán durante toda la creación de la propuesta multimedia.

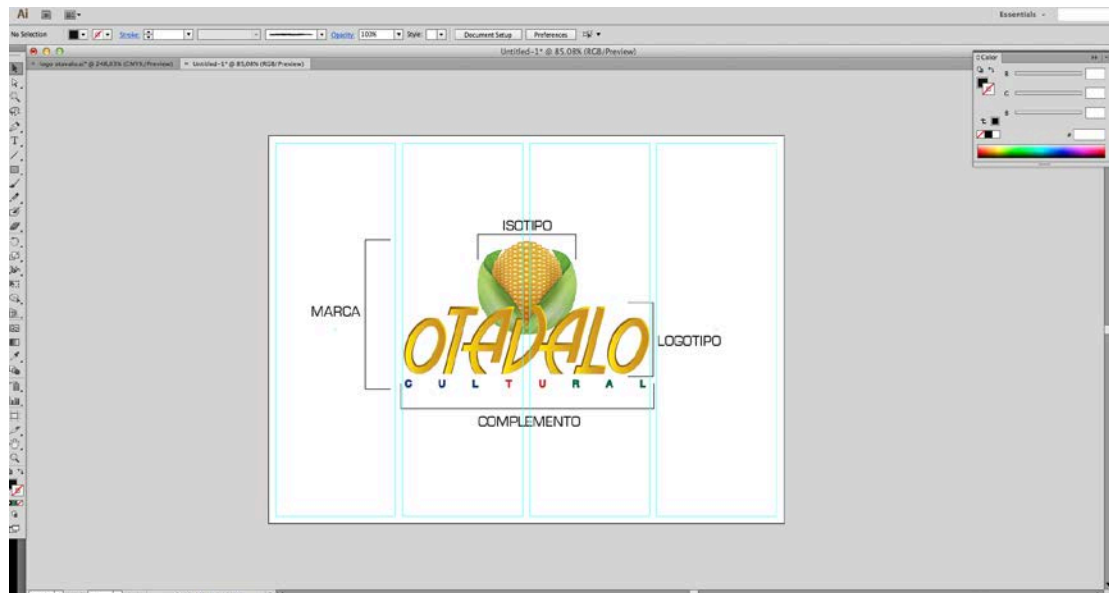
Gráfico 15



Fuente: Jenifer Valle

Se procedió a poner color al imagotipo para darle vida de tal manera que sea novedoso y agradable a la vista, además se delimitaron todos sus elementos.

Grafico 16



Fuente: Jenifer Valle

A continuación se procedió a realizar el menú principal en donde se posarán los botones que llevaran a cada una de la información que estará incluida en la propuesta multimedia, esto se lo hizo tomando en cuenta los colores corporativos creados en la marca.

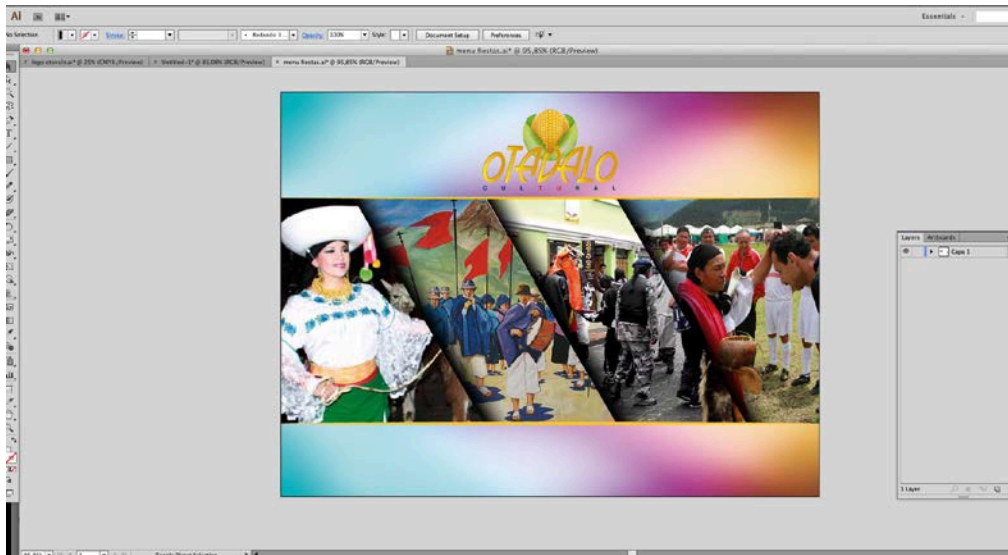
Grafico 17



Fuente: Jenifer Valle

Después se diseño un sub menú el cual detalla el contenido del menú principal, en base a este estarán dirigidos todos los sub menús.

Gráfico 18



Fuente: Jenifer Valle

Finalmente se diseñará la pantalla en donde posará la información que enseñará al usuario la importancia de la cultura intangible del pueblo Otavalo, de la misma manera se procederá a hacer todas y cada uno de los temas, además contará con un botón que permitirá al usuario cambiar el idioma.

Gráfico 19



Fuente: Jenifer Valle

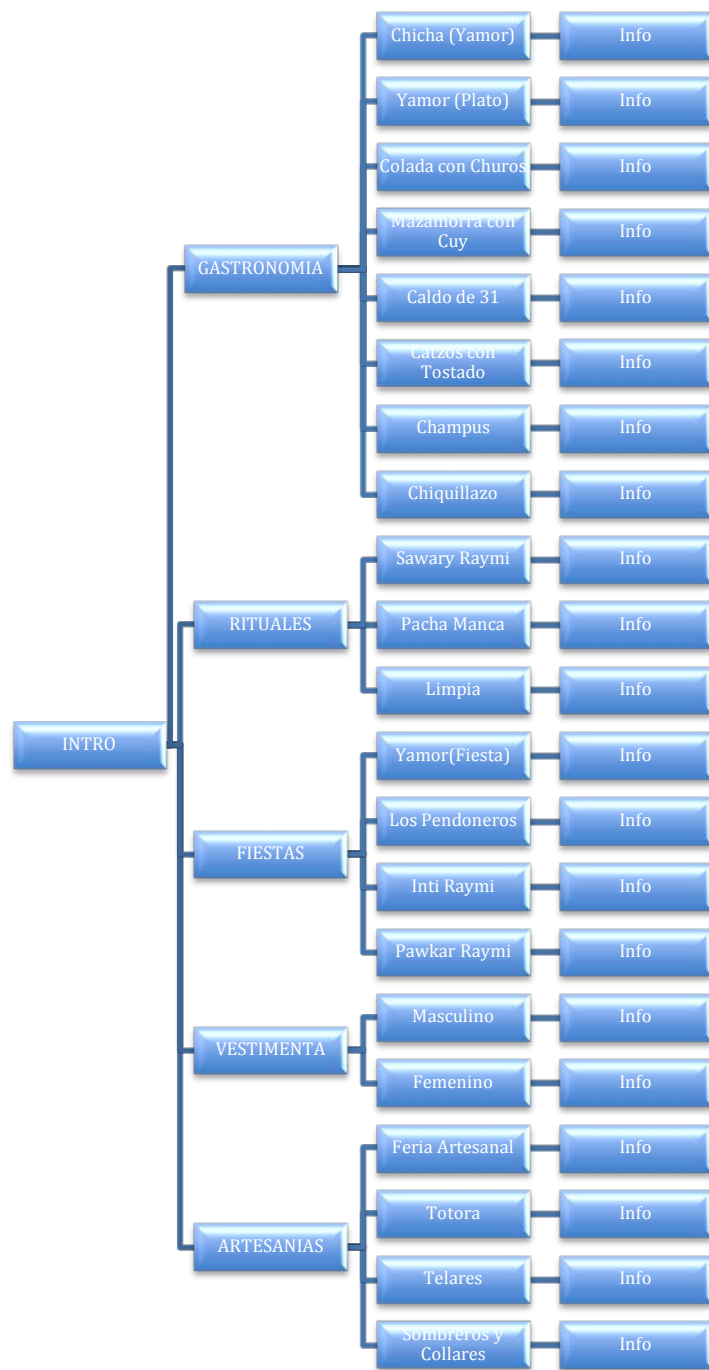
Información en Inglés, conservará el mismo diseño.

Gráfico 20



Fuente: Jenifer Valle

Mapa de sitio



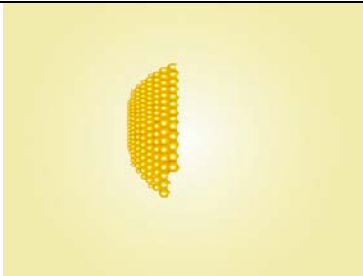

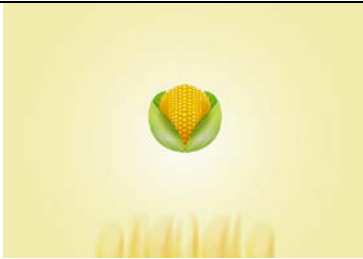
Fuente: Jenifer Valle

Una vez que se ha diseñado las pantallas, el mapa de sitio servirá como una plataforma inicial donde se desarrollará la difusión de la cultura

intangible, luego se procede a realizar un story board para cada animación que se realizará en el programa Flash de la plataforma de Adobe.

Story Board (Intro)

Tabla 15


IMAGEN	DESCRIPCION	SONIDO	DURACIÓN
	El intro inicia con la figura de un maiz que se forma grano a grano en el centro de la pantalla	Música	5s
	De la misma manera aparecen las hojas del maiz que lo cobijan	Música	5s
	Se reduce el isotipo al centro de la pantalla	Música	2s


	<p>Se incorpora el logotipo con el texto Otavalo con un efecto de resplandor desde abajo</p>	<p>Música</p>	<p>3s</p>
	<p>Se incorpora el complemento con la palabra cultural con un efecto de resplandor desde la izquierda</p>	<p>Música</p>	<p>5s</p>
	<p>Finalmente ingresan los botones de navegación (intro/start) y (Menu/ Main)</p>	<p>Música</p>	<p>2s</p>



Fuente: Jenifer Valle

Story Board (Menú Principal)

Tabla 16

IMAGEN	DESCRIPCION	SONIDO	DURACIÓN
	<p>Al presionar en el botón Menú inicia la transformación suavemente del fondo a uno más colorido.</p>	<p>Gastronomía</p> <p>Aquí en Otavalo lo imponente se mezcla con lo sencillo, El sabor de un buen viaje es disfrutar de sus tradiciones y esta ciudad tiene todos los ingredientes guardando el gusto por lo ancestral y el olor familiar.</p> <p>Muchas familias guardan aquí sus grandes secretos culinarios y hasta se especializan en la preparación de algún plato tradicional.</p> <p>Gastronomy</p> <p>Here in Otavalo the imposing mixed with</p>	<p>3s</p>




		<p>the simple. The taste of a good trip is to enjoy their traditions and this city has all the ingredients keeping the taste for ancient and familiar smell.</p> <p>Many families keep their great culinary secrets here and to specialize in the preparation of a traditional dish.</p>	
	<p>Posteriormente el isologotipo se reducirá y se ubicara en el centro superior de la pantalla, además ingresará un recuadro de color amarillo en donde posarán los botones principales</p>		4s




	<p>Finalmente ingresarán todos los botones con un efecto de resplandor desde el centro además de los botones de navegación principales (Intro/Start o Menu/Main)</p>		<p>4s</p>
	<p>Los botones tendrán baja opacidad pero al momento que el usuario pose el cursor sobre un botón se encenderá y aparecerá su título(español/ingles)</p>		<p>1s</p>

Fuente: Jenifer Valle

Story Board (Gastronomía)

Tabla 17




IMAGEN	DESCRIPCIÓN	SONIDO	DURACIÓN
	Al momento de presionar el botón gastronomía desaparecen los botones principales con efecto resplandor	Música De fondo	3s
	Una vez que desaparecen todos los botones del menú principal aparecen los botones que indican todos los platos tradicionales con su respectivo nombre(inglés y español)		4s
	De la misma manera los botones están con baja opacidad y al momento de posar el cursor se enciende y muestra su título		2s




	<p>Al momento de dar clic en cualquiera de estos botones se desvanecerán</p>		1s
	<p>Al momento de dar clic en cualquiera de estos botones se desvanecerán y se fusionará un nuevo fondo</p>		4s
	<p>Aparecerá la información y dos botones uno que servirá para regresar al menú anterior y otro que se encargue de cambiar de idioma.</p>		3s

Fuente: Jenifer Valle

Story Board (Rituales)

Tabla 18




IMAGEN	DESCRIPCIÓN	SONIDO	DURACIÓN
	Al momento de presionar el botón rituales desaparecen los botones principales con efecto resplandor el fondo se fusiona para formar un nuevo color	Música de fondo	3s
	Los botones de este menú ingresan intercalados con efecto resplandor		4s
	De la misma manera los botones están con baja opacidad y al momento de posar el cursor se enciende y muestra su titulo		1s




	<p>Al momento de dar clic en cualquiera de estos botones se desvanecerán y se fusionará un nuevo fondo</p>		3s
	<p>Aparecerán las imágenes poco a poco en la parte superior de la pantalla y el nombre de instancia</p>		4s
	<p>Finalmente aparecerá la información y dos botones uno para regresar y otro que permite cambiar el idioma a inglés o viceversa.</p>		2s

Fuente: Jenifer Valle

Story Board (Artesanías)

Tabla 19





IMAGEN	DESCRIPCIÓN	SONIDO	DURACIÓN
	Al momento de presionar el botón artesanías desaparecen los botones principales con efecto resplandor el fondo se fusiona para formar un nuevo color	Música de Fondo	4s
	Una vez que desaparecen todos los botones del menú principal aparecen los botones que indican todos los artesanías		3s
	De la misma manera los botones están con baja opacidad y al momento de posar el cursor se enciende y muestra su titulo		1s



	<p>Al momento de dar clic en cualquiera de estos botones se desvanecerán y se fusionará un nuevo fondo</p>		4s
	<p>Aparecerán las imágenes poco a poco en la parte superior de la pantalla y el nombre de instancia</p>		5s
	<p>Finalmente aparecerá la información y dos botones que servirá para regresar al menú anterior y para cambiar el idioma.</p>		2s

Fuente: Jenifer Valle

Story Board (Fiestas)

Tabla 20





IMAGEN	DESCRIPCIÓN	SONIDO	DURACIÓN
	Al momento de presionar el botón fiestas desaparecen los botones principales con efecto resplandor el fondo se fusiona para formar un nuevo color	Música de fondo	4s
	Una vez que desaparecen todos los botones del menú principal aparecen los botones que indican todos los fiestas		3s
	De la misma manera los botones están con baja opacidad y al momento de posar el cursor se enciende y muestra su titulo		1s
	Al momento de dar clic en cualquiera de estos botones se desvanecerán y se fusionará un nuevo		3s



	fondo		
	Aparecerán las imágenes poco a poco en la parte superior de la pantalla y el nombre de instancia		4s
	Finalmente aparecerá la información y dos botones que servirá para regresar al menú anterior y otro q permite cambiar el idioma.		3s

Fuente: Jenifer Valle

Story Board (Vestimenta)

Tabla 21

IMAGEN	DESCRIPCIÓN	SONIDO	DURACIÓN
	Al momento de presionar el botón vestimenta desaparecen los botones principales con efecto resplandor el fondo se fusiona para formar un nuevo color	Música de fondo	4s
	Una vez que desaparecen todos los botones del menú principal aparecen los botones que indican los tipos de vestimenta		3s
	De la misma manera los botones están con baja opacidad y al momento de posar el cursor se enciende y muestra su titulo		1s
	Al momento de dar clic en cualquiera de estos botones se desvanecerán y se fusionará un nuevo		4s

	fondo		
	Aparecerán las imágenes poco a poco en la parte superior de la pantalla y el nombre de instancia		3s
	Finalmente aparecerá la información y un botón que servirá para regresar al menú anterior y otro que servirá para cambiar el idioma.		2s






Fuente : Jenifer Valle

Este soporte multimedia Otavalo Cultural contará con una aplicación compatible con Android con la extensión APK. Esta conservará el mismo diseño del soporte.



A continuación se expone una tabla con todos los contenidos : imágenes, música, ilustraciones, que están incluidos en la multimedia y que no son de mi autoría.

Tabla 22

Imagen	Fuente
	<p>eliniciado.com</p>
	<p>eliniciado.com</p>
	<p>eliniciado.com</p>
	<p>eliniciado.com</p>

	mentamaschocolate.blogspot.com
	galeria.dibujos.net
	www.slideshare.net
	es.123rf.com
	www.gastrosoler.com

	www.canstockphoto.es
	galeria.dibujos.net
	azcolorear.com
	www.colorear-dibujos.es
	amiga-barbie.blogspot.com

	www.parapintarycolorear.com
	www.forofantasiasmiguel.com

Fuente : Jenifer Valle

Tabla 23

Nombre de la Canción	Autor	Página
Otavaló es lo mejor (Arpa Laser)	Jonny Oña	Youtube
Fiesta	Jayac	Youtube

Fuente: Jenifer Valle

6.9. Impactos

6.9.1 IMPACTO SOCIOCULTURAL

Al finalizar el presente proyecto se obtendrá un soporte multimedia que será entregado a la cámara de turismo de la ciudad y a las entidades gubernamentales para posteriormente por medio de la web y soportes impresos difundirla a la mayor cantidad de turistas extranjeros

Después que se difunda la multimedia en la población turista lo que sucederá es que teniendo mas información la ciudad de Otavalo va a recibir mas turistas nacionales y extranjeros ya que ha sido preparada en dos idiomas justamente para esa proyección.

6.9.2. IMPACTO ECONÓMICO

La aplicación multimedia contribuirá al avance económico de la ciudad de Otavalo ya que se logrará incrementar la llegada de turistas nacionales y extranjeros y así fortalecer e incrementar el comercio y la entrada económica para sus habitantes.

6.10. Difusión

Principalmente se difundirá a los habitantes de las zonas para posteriormente proponer el proyecto a las autoridades de darán un realce al mismo.

Tabla 24

Soporte	Local	Provincial	Nacional	Internacional
Afiches	x	x		
Volantes	x	x		
Redes Sociales	x	x	x	x

Fuente: Jenifer Valle

7. Referencias

Wordpress. (Sabado de Agosto de 2008). Definicion.de. Obtenido de Definicion.de: <http://definicion.de/difusi%C3%B3n/>

7.1. Bibliografía

Abuja, P. p. (2002). El Club de Escuderia Atomovilistica. *Yamor 50 Años*, 32.

Castro, L. F. (2012). *Maquetación Y Compaginación de Prductos Graficos*. Argentina: IC.

Castro, R. q. (2006). *elementos del turismo*. costa rica: Universidad estatal a distancia.

Constitución. (2008).

curiel, J. d. (2008). *Turismo cultural y medio Ambiente en Destinos urbanos*. España: Univ. Rey Juan Carlos, Servicio de Publ.

Deler, J., Gomez, N., & Portais, M. (1983). *El manejo del espicio en el Ecuador*. Quito, Ecuador.

Felix, A. S. (1988). *Monografía de Otavalo*. Otavalo: Instituto Otavaleño de Antropología.

Gandman, A. (2010). *Packaging: aprehender el envase*. Argentina: Nobuko.

Garces, J. N. (2002). *Yamor 50 Años*. 24-25.

Garcia, D. R. (2012). *Guia Practica Adobe Flash CS6 Fundaments de Diseño Web*. Bogota: libreriadelaU.

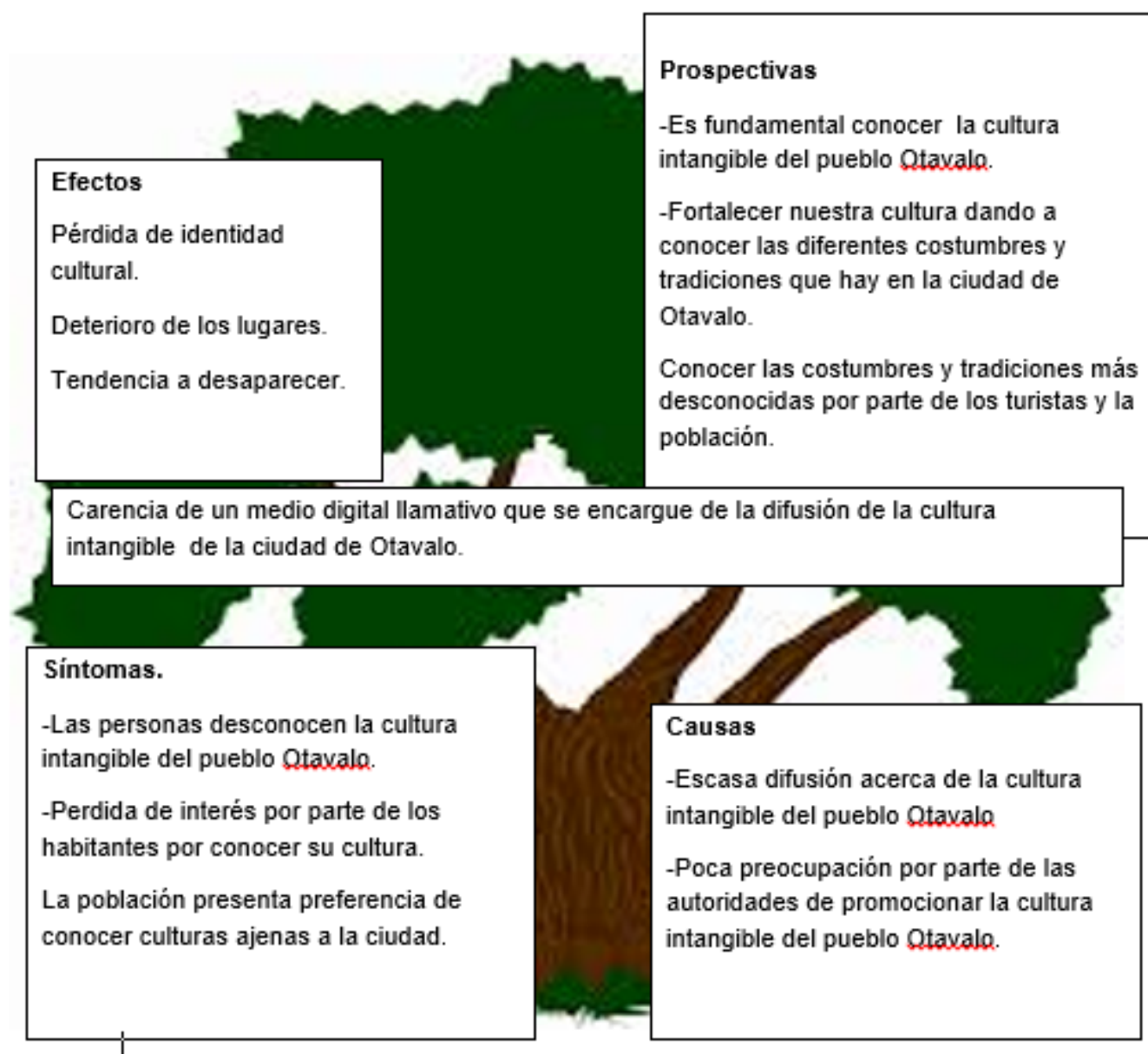
Jose Echeverria, C. M. (2002). *Yamor 50 Años*, 40.

Lisa Langevin Hogue, L. L. (2000). *La comunicación: un arte que se aprende*. Bilbao: Editorial SAL TERRAE.

- Martin, A. G. (2010). *Educaciòn Multimedia y nuevas Tecnologías*. Argentina: Ucl.
- Martin, A. G. (2010). *Educaciòn Multimedia y Nuevas Tecnologías*. Madrid: De la Torre.
- Martínez, F. L. (2006). *La cultura y sus procesos: antropología cultural : guía para su estudio*. Roma: Missionari della Consolata.
- Millahual, C. A. (2013). *Windows 8 Manual de Usuario*. Buenos Aires: Manuales ussers.
- Niebla, M. P. (2012). *Creacion y Diseño web*. Anaya Multimedia.
- O.Wiemann, M. (2011). *literaria La comunicación en las relaciones interpersonales*. España: UOC.
- Pelaez, F. L., & Vega, A. V. (1996). *Turismo y promocion de destinos turisticos implicaciones empresariales*. España: Universidad de Oviedo.
- Prado, R. a., VictorR, Rodriguez, C., & Valle, I. S. (2006). *El diccionario juridico de los medio de comunicacion*. Madrid: Reus .S.A.
- Querol, M. A. (2010). *Manual de Gestion del Patrimonio Cultural*. Madrid: Akal,S.A.
- Teresa Pintado Blanco, J. S. (2014). *Nuevas tendencias en comunicaciòn estratégica*. Madrid: Esic.
- Turismo, M. d. (2008). Imbabura Guia Turistica. 56-57.
- Valdospinos, M. (2002). *Yamor 50 Años*. Otavalo: Comité Ejecutivo de la Fiesta del Yamor.

8. Anexos

8.1 Árbol de Problemas



8.3. Matriz de Coherencia

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
Del análisis anteriormente mencionado se ha deducido que el punto más relevante es ¿Que medios de difusión e información existen acerca del turismo cultural intangible para los turistas nacionales y extranjeros?	Identificar el nivel de interés de los turistas tanto Nacionales como extranjeros con relación a la difusión e información sobre el turismo cultural intangible del pueblo Otavalo y propuesta alternativa.
SUBPROBLEMAS/INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECIFICOS
<p>1. ¿Cuál es el nivel de conocimiento de los turistas cerca de la importancia que tiene la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?</p> <p>2. ¿Cuál es el nivel de conocimiento por parte de los pobladores de la ciudad de Otavalo acerca de la cultura intangible del mismo?</p> <p>3. ¿Cuál es el nivel de conocimiento por parte de las autoridades pertinentes acerca de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?</p>	<p>Recopilar información acerca de los medios del turismo intangible del pueblo Otavalo.</p> <p>Proponer un marco conceptual sobre el turismo cultural intangible del pueblo Otavalo.</p> <p>Desarrollar una propuesta para la promoción del Turismo Cultural Intangible</p> <p>Validar la propuesta</p>

<p>4. ¿Qué han hecho las autoridades pertinentes para preservar la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?</p> <p>5. ¿Qué estrategias son las más importantes para establecer una solución para difundir la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?</p> <p>6. ¿Qué características debería tener los métodos de solución que serán empleados para la difusión de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?</p> <p>7. ¿Qué clase de material digital posee la cámara de turismo de Otavalo para la correcta difusión de la cultura intangible del mismo?</p> <p>8. ¿Qué cantidad de material multimedia posee la cámara de turismo para la difusión de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?</p>	
---	--

<p>9. ¿Cuán actual es el material digital posee la cámara de turismo para la difusión la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?</p> <p>10. ¿Con que facilidad el turista tiene acceso al material digital acerca de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo?</p>	
---	--

8.4. Encuesta

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGIA
DISEÑO GRÁFICO
ENCUESTA DE INVESTIGACION

Estimado informante, solicitamos responder a la presente encuesta marcando con una x la respuesta que considere que es más acertada

La presente investigación tiene como finalidad conocer su nivel de conocimiento acerca de la importancia que tiene la cultura intangible del pueblo Otavalo.

1.- ¿Conoce el significado de Cultura Intangible?

Sí No

2.- ¿Cuántos soportes multimedia de difusión de la cultura intangible de la ciudad de Otavalo conoce?

Más de 5 Menos de 5 Ninguno

3.- ¿Está de acuerdo que la cultura intangible de la ciudad de Otavalo se está perdiendo debido a que poca gente sabe que existe?

De acuerdo Poco de Acuerdo En desacuerdo
.....

4.- ¿Cree que la Cultura intangible es parte importante de la Cultura en General de la ciudad de Otavalo?

De acuerdo Poco de acuerdo En
Desacuerdo.....

5.- ¿Cree la poca información de la cultura intangible del pueblo Otavalo
hace que los turistas pierdan el interés de visitar la ciudad de Otavalo?

De acuerdo Poco de acuerdo En desacuerdo.....

6.- ¿Cree que un medio que se encargue de revalorizar la cultura intangible
del pueblo Otavalo despierte el interés de las autoridades para que sean
rescatados?

De acuerdo Poco de acuerdo En desacuerdo

7.-¿Está de acuerdo con que un soporte multimedia sería más efectivo para
promocionar la Cultura Intangible?

De acuerdo Poco de acuerdo..... En desacuerdo

8.- ¿Está de acuerdo en que si se usan los recursos tecnológicos se podrían
rescatar la cultura intangible?

De acuerdo Poco de acuerdo En desacuerdo

9.- ¿Qué elementos de la cultura Intangible del pueblo Otavalo conoce?

Idioma..... Fiestas Tradicionales..... Vestimenta.....
Gastronomía

10.- ¿Conoce algún programa local que se encargue de revalorizar la cultura
intangible del pueblo Otavalo?

Si..... No..... Cual.....



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1.-IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto repositorio Digital institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004489942		
APELLIDO Y NOMBRES:	Valle Buitrón Jenifer Vanessa		
DIRECCIÓN:	Otavalo Conjunto Residencial "Nuevo Milenio"		
EMAIL:	Je.nifercita@hotmail.com		
TELEFONO FIJO:	062 903 964	TELEFONO MOVIL:	0985072172
TITULO:	"DIFUSIÓN DEL TURISMO INTANGIBLE DEL PUEBLO OTAVALO CON UN SOPORTE MULTIMEDIA DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2014."		
AUTOR(S):	Valle Buitrón Jenifer Vanessa		
FECHA: AAAAMMDD	2015-12-14		
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE SE OPTA:	Licenciada en la Especialidad de Diseño Grafico		
ASESOR DIRECTOR:	Msc. David Ortiz		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


Yo, Valle Buitrón Jenifer Vanessa., con cédula de identidad Nro 1004489942 , en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de Enero del 2016

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Valle Buitrón Jenifer Vanessa

C.C.: 1004489942

Facultado por resolución de Consejo Universitario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Valle Buitrón Jenifer Vanessa., con cédula de identidad Nro. 1004489942, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de **“DIFUSIÓN DEL TURISMO INTANGIBLE DEL PUEBLO OTAVALO CON UN SOPORTE MULTIMEDIA DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2014.”** que ha sido desarrollado para optar por el Título de Licenciada en la Especialidad de Diseño Gráfico en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 25 días del mes de Enero del 2016

(Firma)
Nombre: Valle Buitrón Jenifer Vanessa
Cédula: 1004489942